



Высшая
школа менеджмента
Санкт-Петербургского
государственного университета



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ
**ГЛОБАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА**
РОССИЯ 2012



НАЦИОНАЛЬНЫЙ ОТЧЕТ

ГЛОБАЛЬНЫЙ МОНИТОРИНГ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

РОССИЯ 2012

О. Р. Верховская

М. В. Дорохина

Настоящий отчет основан на данных, собранных консорциумом GEM, тем не менее ответственность за их анализ и интерпретацию полностью лежит на авторах.

Whilst this work is based on data collected by the GEM consortium, responsibility for analysis and interpretation of those data is the sole responsibility of the authors.



Национальный отчет «Глобальный мониторинг предпринимательства. Россия 2012» — седьмой российский отчет в рамках проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» (Global Entrepreneurship Monitor — GEM). Задача этого отчета — познакомить российских предпринимателей, экспертов в области предпринимательства и другие заинтересованные стороны с общими положениями проекта и основными результатами исследования 2012 г.

С момента своего возникновения в 1997 г. GEM является одним из наиболее влиятельных глобальных исследовательских проектов, изучающих взаимоотношения между предпринимательством и экономическим ростом.



**Высшая
школа менеджмента**

Санкт-Петербургского
государственного университета



Проект реализуется в России исследовательской группой **ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ МЕНЕДЖМЕНТА САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА.**

Высшая школа менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета (ВШМ СПбГУ) — один из 24 факультетов старейшего университета России (1724).

Сегодня ВШМ СПбГУ — первая и на данный момент единственная в России и СНГ бизнес-школа, которая удостоена самой престижной международной аккредитации — EQUIS.

ВШМ СПбГУ — школа бизнеса №1 в Восточной Европе по результатам международного рейтинга EDUNIVERSAL 2012 и № 1 в России в рейтинге российских бизнес-школ газеты «Известия» (2012).

Школа предлагает полный спектр дипломных программ в области менеджмента: от бакалавриата до EMBA, а также программы повышения квалификации. Две дипломные программы имеют престижные международные аккредитации: Executive MBA — AMBA и бакалавриат — EPAS (впервые в России сроком на 5 лет). Программа Double Degree Executive MBA — совместная программа ВШМ СПбГУ со Школой

менеджмента HEC Paris — лидером европейского образования по рейтингу Financial Times (2006-2012), не имеет аналогов в России.

ВШМ СПбГУ является единственным представителем России в глобальных ассоциациях ведущих бизнес-школ: CEMS, PIM, GBSN, GMAC, EABIS.

Школа является также крупнейшим центром создания учебных кейсов по практике ведения бизнеса в России, сформировав собственную коллекцию кейсов в Европейском центре учебных кейсов (ECCN).

Традиционно сильные корпоративные связи — одно из главных конкурентных преимуществ ВШМ СПбГУ. Сегодня в Попечительский совет школы входят руководители 16 компаний-лидеров российского и мирового бизнеса. С 2007 г. Попечительский совет ВШМ СПбГУ возглавляет Руководитель Администрации Президента Российской Федерации С.Б. Иванов.

Более подробная информация о ВШМ СПбГУ представлена на сайте: www.gsom.spbu.ru.

Верховская Ольга Рафаиловна, руководитель проекта

к.э.н., доцент кафедры международного и стратегического менеджмента ВШМ СПбГУ
verkhovskaya@gsom.spbu.ru

Дорохина Мария Вадимовна, исследователь проекта

к.с.н., ведущий специалист Центра предпринимательства ВШМ СПбГУ
dorokhina@gsom.spbu.ru

БЛАГОДАРНОСТЬ

Исследовательская группа Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета выражает благодарность:

- Citi Foundation
- Санкт-Петербургскому региональному общественному фонду «Благотворительный фонд развития Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета»

за финансовую поддержку исследовательского цикла проекта «Глобальный мониторинг предпринимательства» в 2012 г.

Перечень рисунков

- Рис. 1. Типы экономик и страны-участницы проекта
- Рис. 2. Концептуальная модель GEM
- Рис. 3. Предпринимательский процесс и базовые понятия проекта GEM
- Рис. 4. Оценка факторов восприятия предпринимательства в России, 2012, %
- Рис. 5. Оценка факторов восприятия предпринимательства непредпринимателями, 2012, %
- Рис. 6. Уровень предпринимательских намерений в странах-участницах проекта, 2012, %
- Рис. 7. Динамика предпринимательских намерений в России, 2006-2012, %
- Рис. 8. Предпринимательские намерения по типу занятости, 2009-2012, %
- Рис. 9. Предпринимательские намерения непредпринимателей в различных типах поселений, 2009, 2012, %
- Рис. 10. Оценка факторов восприятия респондентами, находящимися на разных стадиях предпринимательского процесса, 2012, %
- Рис. 11. Динамика предпринимательской активности в России, 2006-2012, %
- Рис. 12. Доля устоявшихся предпринимателей в общем числе предпринимателей в различных типах экономик, %
- Рис. 13. Структура добровольной мотивации предпринимательства в России, 2012, %
- Рис. 14. Ранняя предпринимательская активность мужчин и женщин, 2006-2012, %
- Рис. 15. Активность устоявшихся предпринимателей среди мужчин и женщин, 2006-2012, %
- Рис. 16. Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по возрастным группам, 2012, %
- Рис. 17. Активность ранних и устоявшихся предпринимателей с различным уровнем образования, 2012, %
- Рис. 18. Активность нарождающихся предпринимателей по типу занятости, 2012, %
- Рис. 19. Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по типу поселения, 2012, %
- Рис. 20. Секторальное распределение предпринимателей в России, Восточной Европе и инновационно-ориентированных странах, 2012, %
- Рис. 21. Структура закрытия бизнеса, 2012, %
- Рис. 22. Структура предпринимателей, закрывших бизнес, 2012, %
- Рис. 23. Причины выхода из бизнеса в странах-участницах проекта GEM и России, 2012, %
- Рис. 24. Значение коэффициента расширения предпринимательства в различных типах экономик, 2012, %
- Рис. 25. Оценка национальных и культурных особенностей восприятия предпринимательства среди мигрантов и не-мигрантов, %
- Рис. 26. Новизна продукта/услуг среди ранних и устоявшихся предпринимателей, 2012, %
- Рис. 27. Конкурентное окружение ранних и устоявшихся предпринимателей, 2012, %
- Рис. 28. Использование новейших и новых технологий ранними и устоявшимися предпринимателями, 2012, %
- Рис. 29. Индекс новизны продукта/интенсивности конкуренции ранних и устоявшихся предпринимателей по ряду стран, 2012, %
- Рис. 30. Активность предпринимателей в высокотехнологичном секторе, 2012, %
- Рис. 31. Распределение предпринимателей в зависимости от планов увеличения рабочих мест в течение 5 лет, 2012, %
- Рис. 32. Взаимодействия с бизнес-партнерами ранних и устоявшихся предпринимателей, %, 2012
- Рис. 33. Влияние предпринимательства на экономический рост
- Рис. 34. Средние значения экспертных оценок структурных факторов предпринимательства в России, 2012
- Рис. 35. Оценка экспертами элементов физической инфраструктуры, 2012
- Рис. 36. Факторы, негативно влияющие на развитие предпринимательства в России, 2012
- Рис. 37. Рекомендации экспертов по улучшению предпринимательского климата в России, 2012, %
- Рис. 38. Структурные факторы предпринимательства в России и инновационно-ориентированных странах, (1), 2012
- Рис. 39. Структурные факторы предпринимательства в России и инновационно-ориентированных странах, (2), 2012
- Рис. 40. Доступ к финансированию в странах-участницах проекта, 2012
- Рис. 41. Защита прав интеллектуальной собственности в странах-участницах проекта, 2012
- Рис. 42. Внедрение научно-технических разработок в странах-участницах проекта, 2012
- Рис. 43. Оценка карьеры предпринимателя в зависимости от мотивации, 2012
- Рис. 44. Распределение неформальных инвесторов по типам заемщиков, 2012, %

Список таблиц

Таблица 1. Основные показатели предпринимательской активности проекта GEM

Таблица 2. Предпринимательская активность в странах-участницах GEM по стадиям экономического развития, 2012, %

СОДЕРЖАНИЕ

ЧТО ТАКОЕ GEM?	8
Цели проекта	8
Методы сбора информации	8
Концептуальная модель GEM	9
Понятие предпринимательства	10
Типы предпринимательства	12
ОТНОШЕНИЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В ОБЩЕСТВЕ	14
Оценка факторов восприятия предпринимательства	15
Предпринимательский потенциал	17
Предпринимательские намерения	17
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ	22
Предпринимательская активность в странах-участницах GEM	22
Предпринимательская активность в России	25
Мотивы предпринимательской деятельности	27
Социально-демографические характеристики российского предпринимателя	28
Пол	29
Возраст	30
Образование	31
Тип занятости	32
Тип населенного пункта	33
Секторальное распределение	34
Заккрытие бизнеса	35
Предпринимательская активность мигрантов	38
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УСТРЕМЛЕНИЯ	40
Инновационность	40
Предприниматели с высоким потенциалом роста	44
Ориентация на международный рынок	44
Взаимодействия с бизнес-партнерами	45
АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ (NES)	46
Структурные условия развития предпринимательства в России	46
Факторы, способствующие и препятствующие развитию предпринимательства в России	51
Структурные условия предпринимательства в международном сопоставлении	52
ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ: РЕЗУЛЬТАТЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ	56
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	58
ЛИТЕРАТУРА	59

ЧТО ТАКОЕ GEM?¹

Глобальный мониторинг предпринимательства (Global Entrepreneurship Monitor, GEM) является проектом ведущих бизнес-школ мира по организации страновых исследований развития предпринимательства и обмену информацией о состоянии предпринимательской активности.

Проект GEM возник в 1997 г. по инициативе ведущих ученых из Великобритании, США, Финляндии и Ирландии. Институционально этот проект поддерживается двумя основными в области исследования предпринимательства учреждениями — Babson College (США) и London Business School (Великобритания). В 1999 г. был опубликован первый годовой отчет, в подготовке которого приняли участие 10 стран, в 2000 г. — уже 20, а в 2012 г. — 69 стран, включая Россию. В настоящее время проект GEM представляет собой крупнейшее исследование в области предпринимательства по количеству наблюдений.

Россия принимает участие в проекте с 2006 г. В 2012 г. исследование проводилось силами исследовательского коллектива Высшей школы менеджмента Санкт-Петербургского государственного университета.

Несмотря на широко признанное мнение о том, что предпринимательство является двигателем экономики, механизм взаимодействия между предпринимательством и экономическим ростом остается не полностью изученным. Одним из основных препятствий для глубокого изучения этого взаимодействия является недостаток эмпирических данных, позволяющих судить о его наличии и возможностях. Для восполнения этого пробела в ходе реализации проекта создается уникальная (по методологической сопоставимости), ежегодно обновляемая база данных, являющаяся источником информации для всестороннего анализа предпринимательства на национальном и глобальном уровнях.

ЦЕЛИ ПРОЕКТА

GEM акцентирует внимание на следующих основных целях:

- сравнение уровней предпринимательской активности между странами;
- определение факторов, влияющих на уровень предпринимательской активности (как стимулирующих,

так и ограничивающих предпринимательскую деятельность);

- установление различий в уровнях предпринимательской активности и связи с экономическим ростом;
- выявление мер по увеличению предпринимательской активности на национальном уровне.

МЕТОДЫ СБОРА ИНФОРМАЦИИ

• **Опрос взрослого трудоспособного населения (Adult Population Surveys — APS)** с помощью специально разработанных анкет. GEM использует для проведения обследования анкету, содержащую вопросы, с разных сторон характеризующие отношение

респондента к организации предпринимательской деятельности и включенность индивидуумов в предпринимательский процесс. Минимальный размер выборки для проведения исследования составляет 2 тыс. человек.

- Для реализации методологии GEM при проведении опроса взрослого трудоспособного населения в России использовалась многоступенчатая стратифицированная вероятностная выборка, репрезентирующая взрослое население России в возрасте от 18 лет до 64 лет, объемом 3500 респондентов. В исследование не были включены: лица, проходящие срочную службу в армии; лица, находящиеся в местах лишения свободы, проживающие в монастырях и других закрытых территориях; лица, проживающие в малых деревнях и селах, насчитывающих менее 50 жителей; жители Чеченской и Ингушской республик; жители районов Крайнего Севера с низкой плотностью населения (Ненецкого АО, Ямало-Ненецкого АО, Таймырского АО, Эвенкийского АО, Чукотки и Сахалинской области).

- При проектировании выборки использовались данные официальной статистики Росстата о численности населения России и его половозрастной и территориальной структуре. Опрос проводился специалистами Левада-Центра методом формализованного интервью «лицом к лицу». Для проведения обследования переведенная на русский язык анкета, разработанная международным консорциумом Global Entrepreneurship Monitor (GEM), была адаптирована для проведения опроса в условиях России. Российский вариант анкеты состоял из 2 частей: первая часть содержала вопросы для всего населения, вторая – вопросы для респондентов, так или иначе включенных в предпринимательскую деятельность. Работа интервьюеров контролировалась по телефону, повторным посещением и по почте. Ошибка выборки составляет в среднем менее 0.01%.

- Для оценки структурных условий предпринимательства используются экспертные оценки – **национальные экспертные интервью (National Expert**

Surveys – NES) – опрос по специально разработанным анкетам и глубинные интервью с предпринимателями и экспертами в области предпринимательства. Ответы объединены в 10 групп в соответствии с классификацией, предлагаемой методикой GEM, в которой определены основные показатели внешней среды, влияющие на предпринимательскую активность и экономический рост. Для отбора экспертов была разработана полустандартизованная процедура. В выборке 2012 г. представлено 36 экспертов. Выборки экспертов, составленные национальными командами, включают: респондентов разного пола; лиц, обладающих различным опытом в соответствии со структурными условиями; лиц из различных географических областей, охватывающих национальный, региональный и местный уровни.

- Выборка респондентов должна охватывать как «предпринимателей», так и «профессионалов»:

- «Предприниматели» – респонденты с опытом практической предпринимательской деятельности, в том числе в рамках одного и более структурного условия. Они отбираются прежде всего на основе активного опыта предпринимательской деятельности в стране. Например, это учредители компаний или организаций. Число предпринимателей должно составлять не менее 25% экспертов.

- «Профессионалы» – респонденты, непосредственно вовлеченные в реализацию или оценку какого-либо структурного условия предпринимательства в стране. В качестве экспертов могут выступать политики, ученые, правительственные чиновники или другие профессионалы, работающие в сфере предпринимательства.

- **Национальная экономическая и демографическая статистика.**

КОНЦЕПТУАЛЬНАЯ МОДЕЛЬ GEM

Исследования в рамках проекта GEM показали, что взаимосвязь между предпринимательской активностью и экономическим ростом различается в зависимости от экономического развития страны. С 2008 г. исследовательский комитет GEM стал использовать типологию экономик, предложенную в Global Competitiveness Report (2008), в соответствии с которой страны подразделяются на страны

с ресурсно-ориентированной экономикой (factor-driven economies), эффективно-ориентированной экономикой (efficiency-driven economies) и инновационно-ориентированной экономикой (innovation-driven economies). Описание стадий экономического развития и страны-участницы проекта представлены на рис. 1.

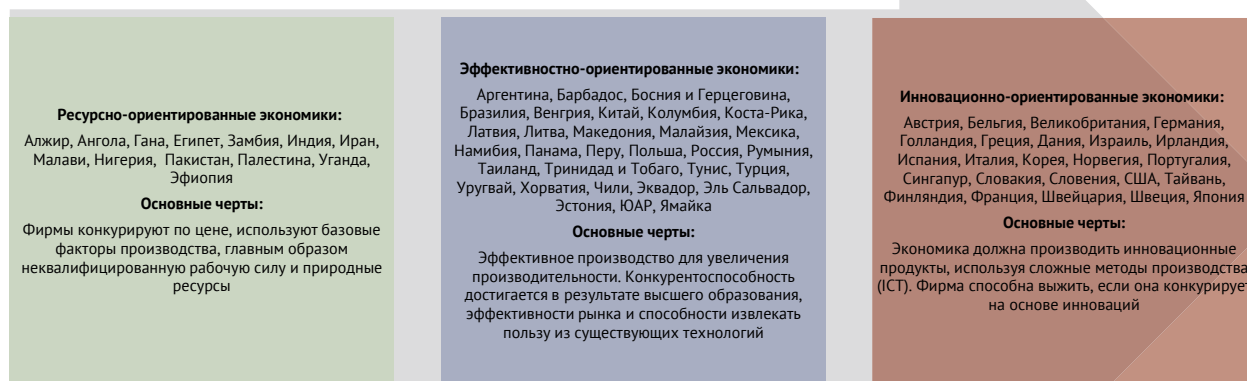


Рис. 1. Типы экономик и страны-участницы проекта

ПОНЯТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

В рамках исследования используется достаточно широкое определение предпринимательства, которое подчеркивает роль индивидуума в предпринимательском процессе. **Предпринимательство** — это любая попытка создания нового бизнеса или компании (индивидуальная трудовая деятельность, новая коммерческая организация, расширение уже существующего бизнеса), предпринятая отдельным лицом, группой лиц или ранее существовавшими компаниями [Reynolds, 2005]. В GEM внимание концентрируется на предпринимательском поведении индивидуумов, которые создают и управляют бизнесом, в отличие от других исследований, фиксирующих главным образом регистрацию новых компаний.

При изучении предпринимательства можно выделить три компонента: отношение к предпринимательству, предпринимательская активность и предпринимательские устремления.

Отношение к предпринимательству отражает общее настроение населения к предпринимателям и предпринимательству в целом. Наличие в стране людей, не только способных распознать новые бизнес-возможности, но и имеющих достаточно знаний и опыта для их реализации, значительно влияет на развитие страны.

Отношение к предпринимательству в обществе оказывает влияние на предпринимательскую активность, и наоборот. Например, признание предприни-

мательства в обществе, которое выражается в положительном отношении населения к нему, находится под влиянием того факта, знают ли люди кого-нибудь, кто недавно начал собственное дело. Это отражает как уровень предпринимательской активности, так и развитость бизнес-сообщества.

Важной характеристикой потенциального предпринимательства является количество людей, планирующих открыть свой бизнес. Уровень предпринимательской активности в стране в будущем тем выше, чем в настоящее время больше жителей, обладающих предпринимательскими намерениями, т.е. желанием создать собственный бизнес.

Предпринимательская активность является много-сторонним понятием и описывает вовлеченность населения в создание новых компаний, управление растущими и устоявшимися компаниями, а также закрытие бизнеса.

Предпринимательская активность — это динамический процесс, поэтому в GEM анализируются различные стадии развития предпринимательства: от замысла создания компании — к нарождающимся предпринимателям и до ранних и устоявшихся компаний. Исследование многообразия составляющих предпринимательской активности позволяет увидеть отличия в процессе создания новых компаний на разных стадиях экономического развития страны. Так, можно предположить, что количество нарождающихся-

ся предпринимателей и владельцев вновь созданного бизнеса будет выше в ресурсно-ориентированных экономиках, поскольку большинство из них будет мотивировано экономической необходимостью. В инновационно-ориентированных странах предполагается большее количество инновационно-ориентированных предпринимателей по сравнению с ресурсно- и эффективно-ориентированными.

Предпринимательские устремления отражают качественную природу предпринимательской активности. В проекте GEM для их измерения разработана система индикаторов, таких как представление на рынок новых продуктов, внедрение новых производственных процессов, ориентация на внешние рынки, рост компании. Если эти устремления реализуются, то они оказывают значительное влияние на экономическое развитие. Продуктовые и процессные инновации, интернационализация и ожидание роста компании являются отличительными чертами «высокопритязательного» предпринимательства, нацеленного на высокие достижения.

В обновленной концептуальной модели GEM утвер-

ждается, что различные факторы внешней среды (рамочные условия предпринимательства) влияют на деловую и предпринимательскую активность как устоявшихся предпринимателей, так и владельцев вновь созданного бизнеса. Описание национальных условий ресурсно- и эффективно-ориентированных стран заимствованы из Global Competitiveness Report (GCR) 2008 [Porter, Schwab, 2008]. Что касается инновационно-ориентированных стран, то обновленная модель GEM дополняет GCR, выделяя те условия внешней среды, которые характерны для предпринимательства, а недостаточность предпринимательской активности рассматривается как препятствие для инновационной экономики в достижении экономического роста. Важно понимать, что все указанные условия присутствуют в экономическом развитии каждой страны, но их вклад может различаться в зависимости от типа экономики.

Модель GEM представлена на рис. 2. Для ресурсно-ориентированных стран акцент сделан на базовые условия, такие как развитие институтов, инфраструктура, макроэкономическая стабильность, здравоохра-

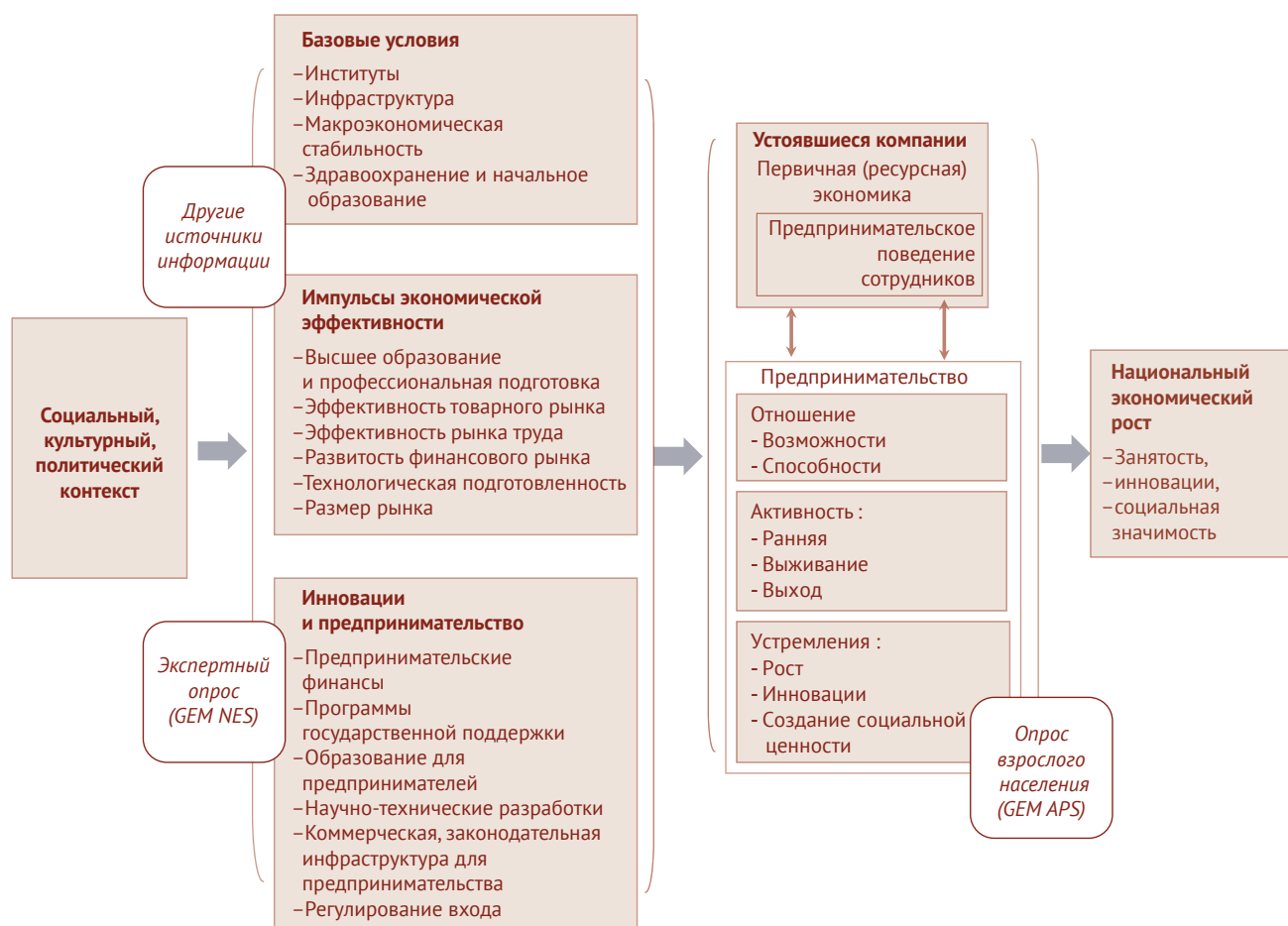


Рис.2. Концептуальная модель GEM

ранение и начальное образование. Эти требования поддерживают вынужденное предпринимательство («предпринимательство по необходимости») и слабо обеспечивают возможности для развития добровольного предпринимательства, основанного на использовании возможностей. В процессе экономического развития и увеличения экономии за счет масштаба производства становятся важными другие условия, которые обеспечивают надежное функционирование рынка и экономическую эффективность. К ним относятся высшее образование и профессиональная

подготовка, эффективность товарного рынка и рынка труда, развитость финансового рынка, технологическая подготовленность. Для экономик, основанных на инновациях, рамочные условия предпринимательства становятся более важными стимулами экономического развития, чем базовые условия или условия экономической эффективности.

В совокупности указанные факторы способствуют созданию новых компаний и воздействуют на предпринимательский климат, влияя тем самым на экономический рост и уровень занятости в экономике.

ТИПЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

Важной составляющей понимания предпринимательства в проекте GEM является то, что предпринимательство – это процесс, охватывающий все стадии жизненного цикла: от потенциальных предпринимателей через замысел компании к ранней стадии (нарождающиеся предприниматели); от новых компаний (владельцы вновь созданного бизнеса) – к устояв-

шемуся бизнесу (устоявшиеся предприниматели). Закрывание бизнеса можно рассматривать также как этап предпринимательского процесса: предприниматели, приобретшие опыт, могут делиться им с другими предпринимателями или начать другой бизнес.

На рис. 3 описывается предпринимательский процесс и определяются базовые понятия GEM:



Рис. 3. Предпринимательский процесс и базовые понятия проекта GEM

• *потенциальные предприниматели* (potential entrepreneurs) – те, кто видит возможности во внешней среде для создания собственного дела и уверены в наличии знаний, необходимых для управления собственной компанией. Важной

характеристикой является наличие людей, имеющих *предпринимательские намерения* (entrepreneurial intentions), т.е. тех, кто планирует организацию бизнеса в ближайшие 3 года;

- *ранние предприниматели* (early-stage entrepreneurs), в том числе:

- *нарождающиеся предприниматели* (nascent entrepreneurs) — те, кто в течение предыдущего года предпринимал активные действия по созданию бизнеса; они владеют всем или долей в созданном бизнесе, более трех месяцев, однако заработная плата другие виды вознаграждений не выплачивались;
- *владельцы нового бизнеса* (owners of new business) — те, кто управляет вновь созданным предприятием и получает доход более 3 месяцев, но менее 3,5 лет;

- *устоявшиеся предприниматели, или владельцы*

устоявшегося бизнеса (owner-manager of established business) — те, кто владеет и управляет бизнесом и получает связанные с этим доходы более 42 месяцев.

Нарождающиеся предприниматели и владельцы нового бизнеса образуют группу ранних предпринимателей, для исчисления которой используется динамический показатель ранней предпринимательской активности (Total Entrepreneurial Activity Index — TEA Index). Даже если нарождающиеся предприниматели не преуспели в создании своей компании, сам факт их выхода на рынок можно рассматривать положительно с точки зрения повышения конкуренции для уже существующих компаний.

ОТНОШЕНИЕ К ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВУ В ОБЩЕСТВЕ

Отношение к предпринимательству отражает общие настроения населения к предпринимательству в целом и предпринимателям в частности.

Изучение предпринимательской активности предполагает выявление личностных характеристик восприятия возможностей и способностей к созданию бизнеса. Восприятие индивидом своих знаний и навыков как достаточных для создания собственного дела, а также степень неприятия риска определяют возможность создания нового дела.

Существует положительная связь между самооценкой предпринимательских навыков и решением о предпринимательской карьере. При этом на начинающих предпринимателей восприятие достаточности навыков оказывает большее мотивирующее воздействие, чем на опытных предпринимателей, так как у первых еще нет результатов, подтверждающих успешность их бизнес-идеи.

Начало собственного дела неизбежно связано с неопределенностью и соответствующим риском, который предприниматель осознанно берет на себя для реализации поставленной цели. Способность принимать на себя риски составляет социально-экономическую функцию предпринимателя. Для индивидов, не готовых взять на себя риск и опасющихся быть неуспешными, существует меньшая вероятность создания собственного бизнеса.

Как субъективное восприятие знаний и навыков, так и степень неприятия рисков оказывает воздействие на способность идентифицировать и использовать открывающиеся бизнес-возможности. Если индивид свободен в реализации открывающихся возможностей и может контролировать изменения, то это способствует его решению о создании собственного дела. Таким образом, чем больше людей положительно оценивают условия для создания бизнеса, тем выше уровень предпринимательской активности.

На восприятие бизнес-возможностей влияет множество факторов, включая общеэкономические условия развития страны/региона, развитость культуры предпринимательства, исторический опыт, образование.

Совокупность описанных выше факторов не только оказывает влияние на предпринимательскую активность, но и дает возможность оценить предпринима-

тельский потенциал страны. При определении современного предпринимателя ведущие школы бизнеса в области обучения предпринимательства делают акцент на то, что предприниматель стремится воспользоваться открывающейся возможностью, без учета того, имеются ли у него для этого необходимые ресурсы. Поэтому стремление использовать существующие возможности является характеристикой предпринимателя и отличает его от непредпринимателя. Среди мотивированных возможностью можно выделить тех, кто использовал ее, и тех, кто только планирует это сделать. Вероятность открытия собственного дела тем выше, чем выше оценивает индивид собственные знания и навыки, необходимые для этого, и чем выше у него склонность к риску. Таким образом, предпринимательским потенциалом страны можно считать количество людей, которые видят возможности, считают себя способными к созданию собственного бизнеса и не испытывают страха провала своих начинаний [Верховская, Дорохина, 2011].

В модели GEM для измерения *индивидуальных характеристик* используются следующие показатели:

- оценка благоприятности внешней среды для начала бизнеса в ближайшие 6 месяцев в местности, где проживает респондент;
- наличие у индивида предпринимательских способностей, которые зависят от оценки им знаний, квалификации и опыта для начала предпринимательской деятельности;
- боязнь провала бизнеса, препятствующая организации собственного дела;
- наличие в окружении индивида, который за последние 2 года открыл бизнес.

Личное знакомство с предпринимателем оказывает воздействие на желание открыть собственное дело. Дети, чьи родители имеют собственную компанию, чаще становятся предпринимателями. Но не только родственные связи могут стимулировать создание собственного дела. Люди чаще становятся предпринимателями, если у них есть близкие друзья — предприниматели.

Личные характеристики восприятия лишь частично объясняют различия в предпринимательской активности в стране, на которую также влияет сложивше-

еся в стране отношение к предпринимательской деятельности. Оценить его можно такими индикаторами, как привлекательность карьеры предпринимателя и статус предпринимателя в обществе. В случае если население рассматривает предпринимательскую деятельность как экономически значимую, существует большая вероятность того, что предприниматели пользуются уважением в обществе и имеют высокий социальный статус. Это, в свою очередь, приводит к тому, что в таких странах будет более высокий уровень предпринимательской активности.

Привлекательность карьеры предпринимателя зависит от желания повысить свою роль в обществе и быть признанным, стремления к финансовому успеху, независимости и самореализации. Выбор карьеры предпринимателя способствует удовлетворению по-

требности в личностном развитии, позволяет создавать новые продукты, использовать передовые технологии. Интерес к карьере предпринимателя может также зависеть от спроса на труд в крупных компаниях, способных предоставить привлекательную работу при высокой оплате труда.

Общественное признание связано с достижением более высокого положения и получением большего влияния в обществе, уважением друзей.

Для характеристики **национальных особенностей** в проекте GEM используются следующие индикаторы:

- ценность предпринимательства для развития карьеры;
- престижность предпринимательства в обществе;
- стремление к высоким стандартам жизни;
- наличие в СМИ историй успеха предпринимателей.

ОЦЕНКА ФАКТОРОВ ВОСПРИЯТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

На протяжении всего времени проведения исследования оценка национальных и культурных особенностей восприятия предпринимательства населением не претерпевает серьезных изменений. Как статус предпринимателя в обществе, так и привлекательность ка-

рьеры бизнесмена оценивается положительно – более 60% населения убеждены в этом. Тем не менее оценки предпринимателей значительно отличаются от оценок непредпринимательской части населения (рис. 4). 70% предпринимателей уверены, что пользуются уваже-

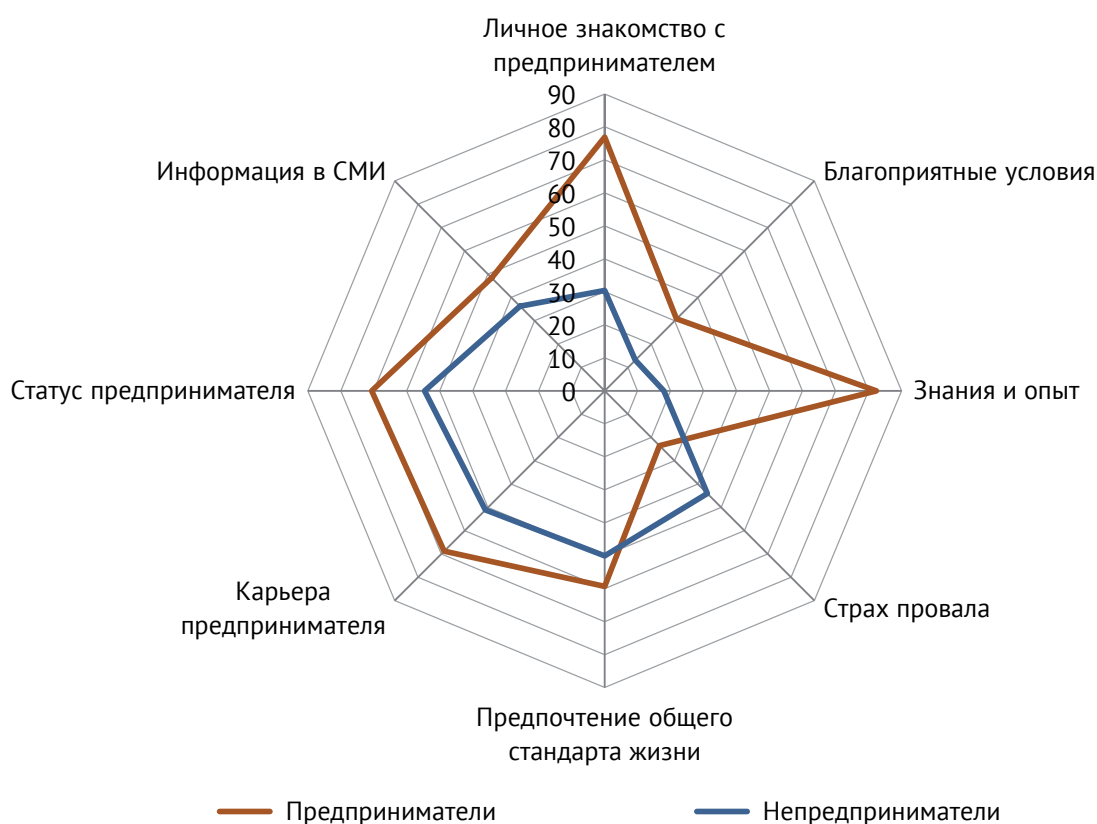


Рис. 4. Оценка факторов восприятия предпринимательства в России, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

нием в обществе (против 55% у непредпринимателей), и столько же считают карьеру предпринимателя удачным выбором профессионального пути (только половина непредпринимателей считают так).

Более 70% непредпринимательского населения России не имеют в своем ближайшем окружении предпринимателя, открывшего бизнес в недавнем прошлом, в то время как среди предпринимателей таких не более 30%.

Преобладающее большинство (80%) предпринимателей считают, что обладают необходимыми для начала собственного дела знаниями и опытом. Среди непредпринимательской части населения доля тех, кто чувствует в себе силы и уверен в своей компетенции для осуществления предпринимательской деятельности, существенно меньше – таких не более 15%.

В 2012 г. оценка благоприятности условий для начала собственного дела в обеих рассматриваемых группах стала пессимистичнее по сравнению с предыдущим периодом. Практически 87% непредпринимателей отметили, что не видят в своем регионе благоприятных условий для создания и развития бизнеса. Доля предпринимателей, видящих новые воз-

можности для организации компании, сократилась по сравнению с 2011 г., и составила 30% против 40% в прошлом году. Стоит также отметить, что среди предпринимателей высока доля тех, кто вообще затруднился оценить внешние условия (22%).

Среди непредпринимателей, оптимистично оценивающих условия окружающей среды, более 60% лично знакомы с предпринимателем, более 70% рассматривают карьеру предпринимателя как желательный выбор, а также считают, что предприниматель пользуется уважением в обществе (рис. 5). Это отличает их от пессимистов, среди которых менее 50% оценивают карьеру и статус предпринимателя положительно. Интересно, что при оценке этих факторов среди оптимистов несколько больше женщин, чем мужчин. Тем не менее при оценке таких показателей, как восприятие своих компетенций и страх быть неуспешным, мужчины демонстрируют большую уверенность в собственных силах. Так, 51% мужчин против 41% женщин считают свои знания достаточными для начала собственного дела, а страх быть неуспешными в деле удерживает 49% мужчин и 62% женщин.

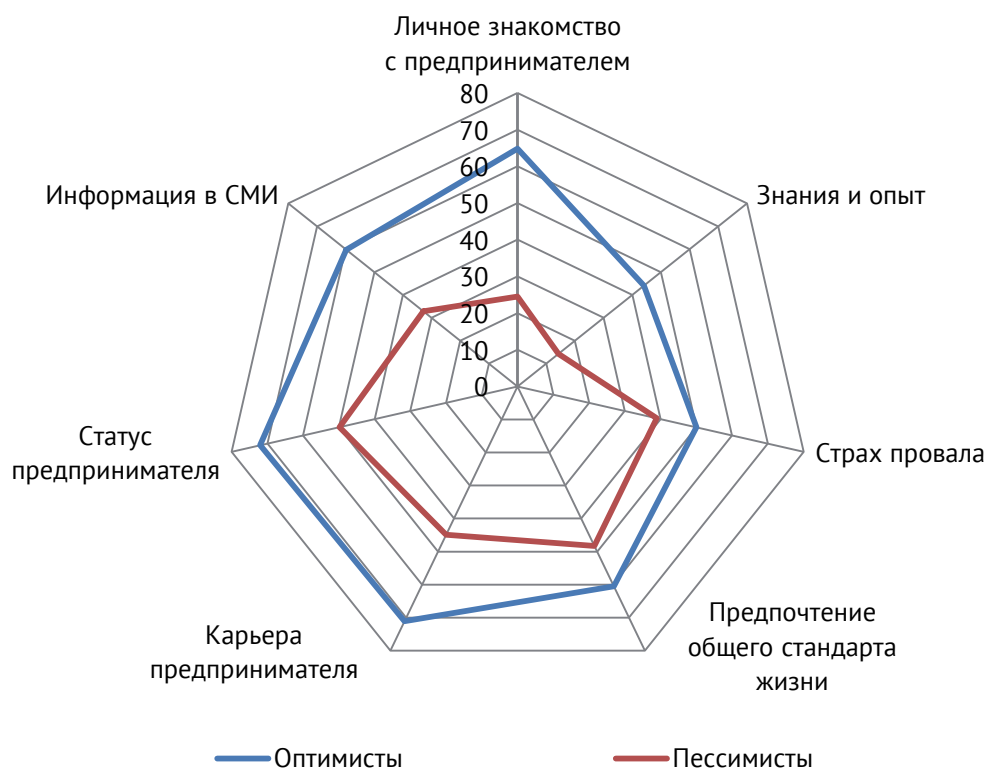


Рис. 5. Оценка факторов восприятия предпринимательства непредпринимателями, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ

В рамках проекта GEM под потенциальными предпринимателями понимаются лица, которые еще не начали свой бизнес, но позитивно оценивают собственные предпринимательские способности и сложившуюся конъюнктуру. Фактически потенциальные предприниматели находятся в состоянии «неустойчивого равновесия», решая, работать им по найму или открыть собственное дело.

В России в 2012 г. было выявлено 5,5% потенциальных предпринимателей, т.е. по сравнению с про-

шлым годом эта группа уменьшилась более чем на 2%. К созданию бизнеса тяготеют респонденты в возрасте от 25 до 44 лет (55%). За последние годы сократилось количество потенциальных предпринимателей в самой молодой возрастной группе. Средний возраст потенциальных предпринимателей — 37 лет. В 2012 г. среди потенциальных предпринимателей преобладали мужчины: 7,0% мужчин и 4,2% женщин посчитали достаточными свои знания для начала бизнеса и увидели благоприятные возможности для этого.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ НАМЕРЕНИЯ

Считая себя способными к ведению бизнеса, потенциальные предприниматели, тем не менее, еще не приняли решение о его создании. Следующим этапом в предпринимательском процессе (см. рис. 3) является формирования замысла по созданию бизнеса. Важным показателем оценки предпринимательской активности в стране выступает численность тех, кто имеет предпринимательские намерения. Для измерения предпринимательских намерений в ис-

следовательском проекте GEM используется ответ на вопрос: «Планируете ли Вы в ближайшие три года открыть свое дело?».

На протяжении последних лет уровень предпринимательских намерений в России является самым низким среди стран-участниц проекта, а в 2012 г. значение этого показателя было самым низким среди всех участников проекта (рис. 6). Только 3,8% респондентов отметили, что планируют открыть собственное дело

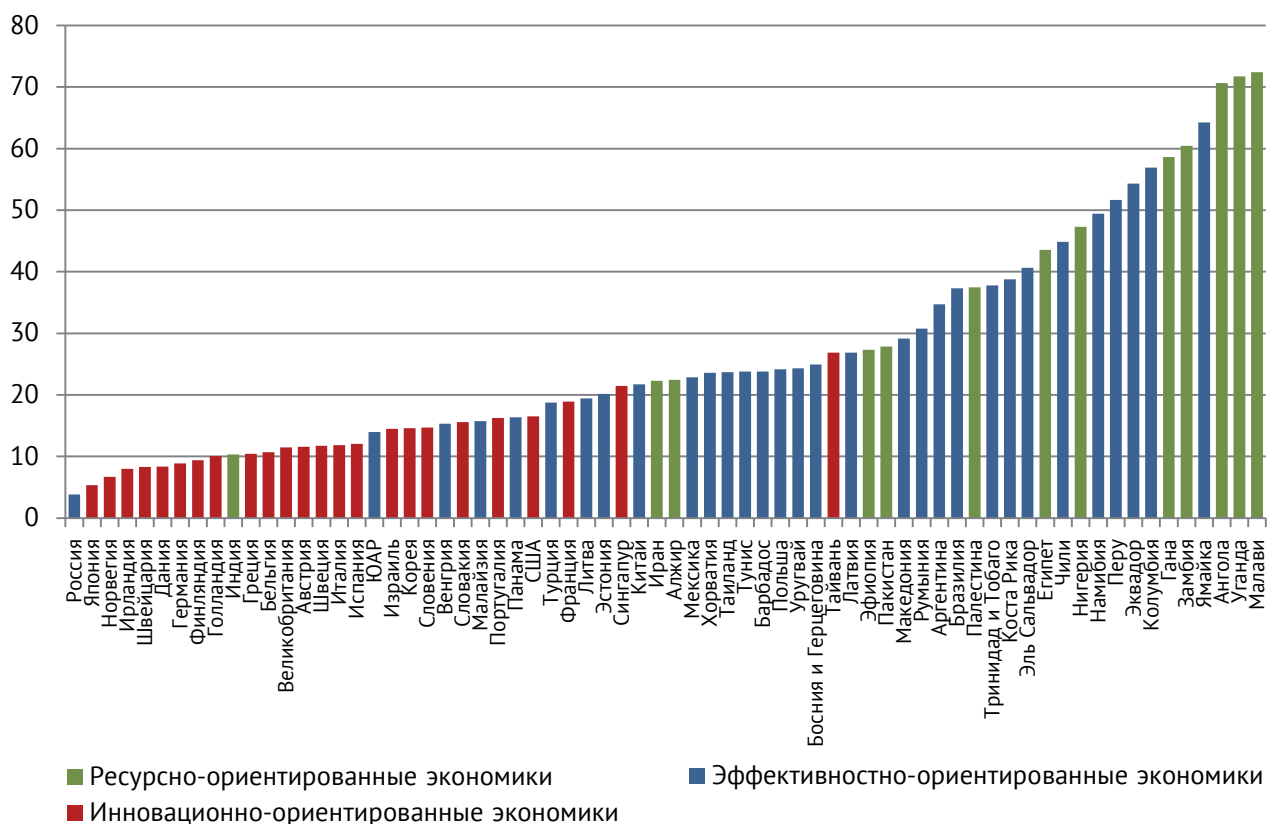


Рис. 6. Уровень предпринимательских намерений в странах-участницах проекта, 2012, %
Источник: APS 2012

в ближайшие три года. В Японии и Норвегии, идущих следом за Россией по этому показателю, индекс предпринимательских намерений в 2012 г. составил 5,4% и 6,7% соответственно.

Для стран с развивающейся экономикой — стран БРИКС — в среднем этот показатель составляет около 21%. По странам Восточной Европы индекс предпринимательских намерений составляет 24%.

В России среди респондентов, имеющих предпринимательские намерения, почти половину (47%) составляют уже действующие предприниматели, планирующие открыть новый бизнес. Свежий приток в российское предпринимательство в 2012 г. могло составить лишь 2,2% россиян (рис. 7). Этот показатель снизился на 2% по сравнению с 2011 г. и стал самым низким за все время наблюдений проекта в России.



Рис. 7. Динамика предпринимательских намерений в России, 2006–2012, %
Источник: APS 2006–2012

Наибольшая часть планирующих начать бизнес непредпринимателей принадлежит к молодому поколению в возрасте до 35 лет — на их долю приходится 66%. По сравнению с потенциальными предпринимателями, средний возраст которых составляет 37 лет, у людей, не являющихся предпринимателями, но планирующих организовать собственное дело, средний возраст существенно ниже — 31 год. Представители старшего поколения в большинстве своем уже не планируют организацию бизнеса. Среди имеющих предпринимательские намерения преобладают респонденты с высшим и средне специальным образованием.

Намерение создать свой бизнес различается у респондентов, имеющих различный статус на рынке труда (рис. 8). Самый высокий уровень предпринимательских намерений — у респондентов, имеющих

частичную занятость (8,5%). Если в 2010 г. и 2011 гг. студенты демонстрировали многообещающий уровень предпринимательских намерений (8,5% и 5,7% соответственно), то в 2012 г. только 1% студентов отметили, что в ближайшие три года планируют открыть собственное дело. По сравнению с государственной службой и работой в крупных компаниях привлекательность предпринимательской карьеры среди студентов невелика и по значению соответствует кризисному 2009 г.

Невысока активность и безработных, которые в последний год практически перестали рассматривать создание собственного дела как альтернативу занятости в качестве наемного работника. Если в 2011 г. каждый шестнадцатый безработный выражал готовность открыть свой бизнес, то в 2012 г. только каждый тридцатый.

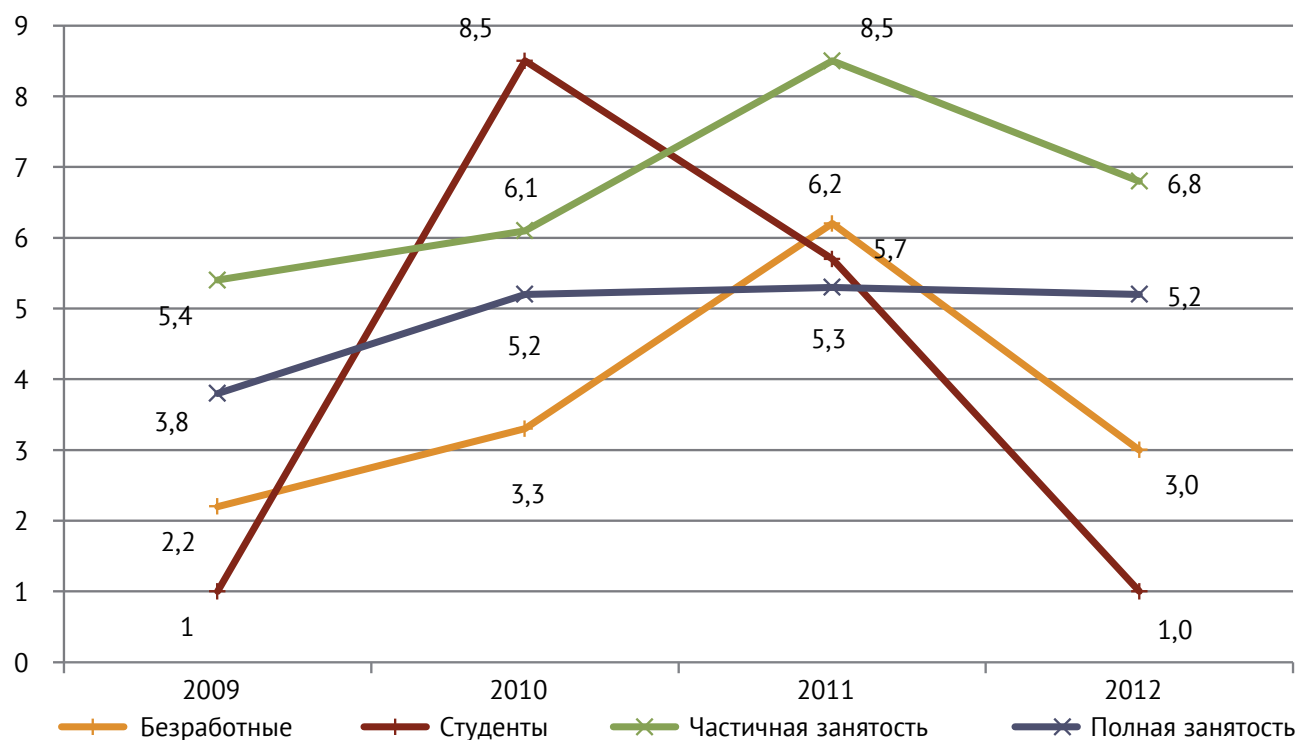


Рис. 8. Предпринимательские намерения по типу занятости, 2009–2012, %

Источник: APS Russia 2009–2012

Наибольшее желание создать свой бизнес демонстрируют жители городов с населением от 500 тысяч до 1 млн человек – 6% (рис. 9). Сравнение количества заинтересованных в создании собственного бизнеса

в зависимости от типа поселения с аналогичными данными 2009 г. показывает, что в городах-миллионниках и городах с населением от 100 до 500 тысяч жителей количество тех, кто имеет предпринимательские на-

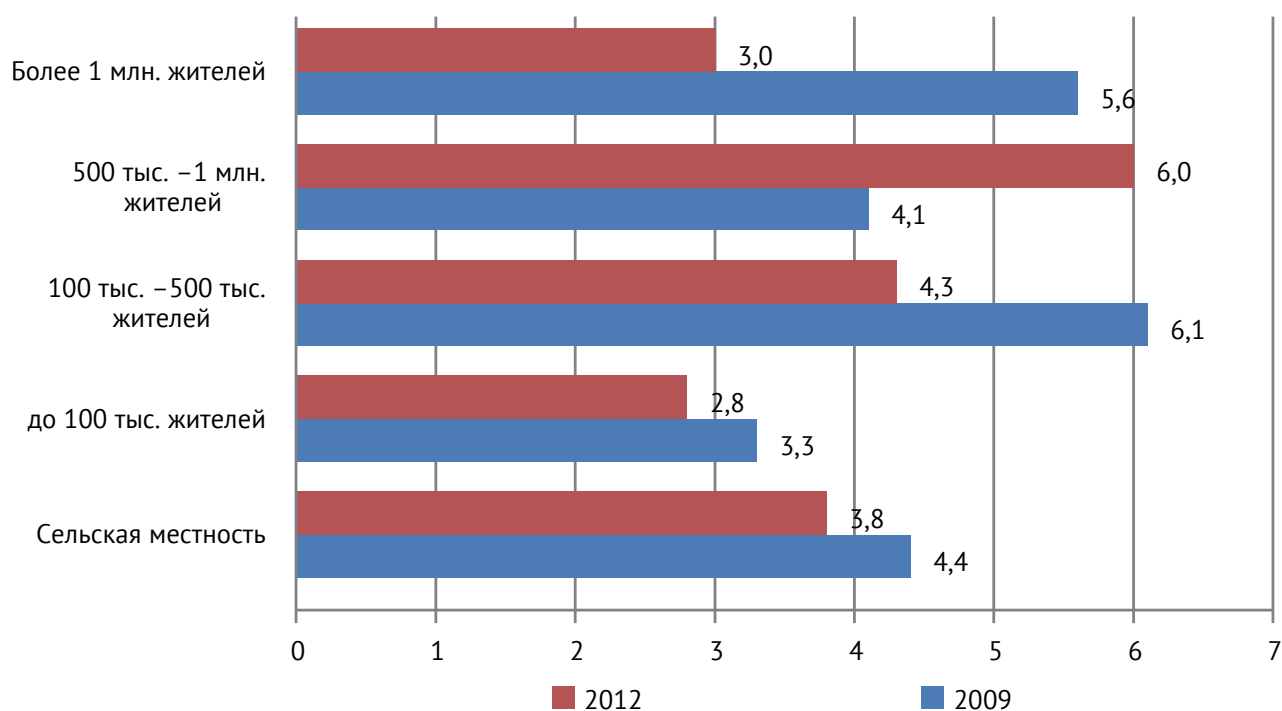


Рис. 9. Предпринимательские намерения непредпринимателей в различных типах поселений, 2009, 2012, %

Источник: APS Russia 2012

мерения, сократилось практически вдвое. Т.е. те, кто в кризисный период рассматривали для себя возможность открытия собственного дела, при стабилизации экономической ситуации предпочитают работу по найму. Единственным исключением среди населенных пунктов являются города с численностью от 500 тысяч до 1 млн жителей, в которых количество респондентов, имеющих предпринимательские намерения, возросло.

Рассмотрение респондентов в зависимости от готовности начать собственное дело позволило выделить две группы респондентов: непредприниматели, имеющие предпринимательские намерения, и непредприниматели, не имеющие таковых. Было произведено сравнение оценок национальных и индивидуальных факторов предпринимательства у выделенных

групп и у ранних предпринимателей (рис. 10).

Различия наблюдаются в первую очередь в оценках индивидуальных характеристик. Наиболее существенны различия в оценке собственных знаний и квалификации, необходимых для начала бизнеса. Если среди имеющих предпринимательские намерения непредпринимателей 55,4% респондентов оценили свои знания как достаточные для начала нового бизнеса, то среди не планирующих стать предпринимателем — 16,8%. Кроме того, среди планирующих начать бизнес доля знакомых с предпринимателями более чем в 2 раза выше, чем среди тех, кто не задумывается об организации бизнеса (63,5% против 29,3%, соответственно).



Рис. 10. Оценка факторов восприятия респондентами, находящимися на разных стадиях предпринимательского процесса, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

Поведение непредпринимателей, рассматривающих возможность открыть свое дело, значительно ближе к ранним предпринимателям, чем ко второй группе непредпринимателей. Так, в оценке статуса предпринимателя, успешности карьеры, предпочте-

ния общего стандарта жизни и интересу к историям успеха в СМИ не наблюдается различий между ранними предпринимателями и непредпринимателями, имеющими предпринимательские намерения.

Подавляющее на сегодняшний день преоблада-

ние тех людей, которые не вовлечены в предпринимательскую деятельность и даже не рассматривают для себя возможность создания бизнеса (более 93% населения, а 83% никогда не пытались начать собственный бизнес), заставляет более пристально оценить их восприятие предпринимательства. Разрыв во взглядах между этой группой и непредпринимателями, планирующими создать бизнес, значителен.

Это позволяет сделать вывод, что задача государственной политики в области предпринимательства заключается не только в том, чтобы люди, имеющие предпринимательские намерения (2,2%), их реализовали, но и в том, чтобы были найдены меры экономической политики, которые сделали бы предпринимательство более привлекательным и позволили бы сократить предпринимательно пассивную часть населения.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В СТРАНАХ-УЧАСТНИЦАХ GEM

Данные GEM позволяют объяснить различия в предпринимательском потенциале стран в зависимости от: уровня их институционального развития; существующих систем регулирования создания и развития компаний; демографических характеристик, в частности возрастной структуры населения и мигра-

ционных процессов; предпринимательской культуры; общего уровня экономического благосостояния и технологического развития.

Для оценки предпринимательской активности стран — участниц проекта используются следующие показатели (табл. 1).

Таблица 1

Основные показатели предпринимательской активности проекта GEM

Уровень активности потенциальных предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, еще не начавшего свой бизнес, но позитивно оценивающее собственные предпринимательские способности и сложившуюся конъюнктуру
Уровень активности респондентов, имеющих предпринимательские намерения	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, планирующего в ближайшие три года открыть собственное дело
Уровень активности нарождающихся предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент нарождающимися предпринимателями, вовлеченными в создание бизнеса, выступающими владельцами или совладельцами. Компания существует более трех месяцев, при этом заработная плата или другие виды вознаграждения не выплачивались
Уровень предпринимательской активности владельцев нового бизнеса	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент владельцами и управляющими нового бизнеса. Компания выплачивает заработную плату и денежное вознаграждение собственнику более трех, но менее 3,5 лет
Индекс предпринимательской активности (Total entrepreneurship activityindex – TEA)	Характеризует уровень предпринимательской активности на ранних стадиях. Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося нарождающимися предпринимателями и владельцами вновь созданного бизнеса. Это не простая сумма двух первых показателей. Если респондент вовлечен в оба вида предпринимательской деятельности, то его предпринимательская деятельность учитывается только один раз
Уровень активности устоявшихся предпринимателей	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося в настоящий момент владельцами и управляющими устоявшегося бизнеса. Компания выплачивает заработную плату и денежное вознаграждение собственнику более 3,5 лет
Общий уровень предпринимательской активности	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, являющегося ранними и устоявшимися предпринимателями
Уровень выхода из бизнеса	Процент населения в возрасте от 18 до 64 лет, которые в последние 12 месяцев продали, закрыли или каким-либо иным способом перестали являться владельцами и управляющими бизнеса

Окончание табл. 1

Уровень активности ранних предпринимателей «по необходимости»	Процент населения, вовлеченного в раннюю предпринимательскую активность в силу необходимости, т. е. у них нет другой возможности для получения дохода
Уровень активности ранних предпринимателей «по необходимости»	Процент населения, вовлеченного в раннюю предпринимательскую активность в силу необходимости, т. е. у них нет другой возможности для получения дохода
Уровень активности ранних «высокопритязательных» предпринимателей «по возможности»	Процент населения, вовлеченного в раннюю предпринимательскую активность, которое мотивировано использованием возможности как для увеличения дохода, так и для получения независимости в работе

Как показано на рис. 3, в проекте GEM предпринимательство понимается как динамичный непрерывный процесс и охватывает все стадии развития компании от ее замысла до выживания и возможно-

го выхода из бизнеса. В табл. 2 приведены данные 2012 г. о предпринимательской активности 69 стран-участниц GEM, которые сгруппированы по географическому признаку.

Таблица 2

Предпринимательская активность в странах-участницах GEM по стадиям экономического развития, 2012, %

Страна	Уровень активности нарождающихся предпринимателей	Уровень активности владельцев нового бизнеса	Индекс ранней предпринимательской активности (TEA)	Уровень активности устоявшихся предпринимателей	Уровень выхода из бизнеса	Вынужденные предприниматели (% от TEA)	«Высокопритязательные» предприниматели (% от TEA)
1	2	3	4	5	6	7	8
ЛАТИНСКАЯ АМЕРИКА И СТРАНЫ КАРИБСКОГО БАСЕЙНА							
Аргентина	12	7	19	10	5	35	47
Барбадос	10	7	17	12	3	12	63
Бразилия	4	11	15	15	5	30	59
Колумбия	14	7	20	7	7	12	48
Коста Рика	10	5	15	3	3	20	48
Мексика	8	4	12	5	4	13	52
Панама	7	3	9	2	2	19	57
Перу	15	6	20	5	7	23	53
Тринидад и Тобаго	9	7	15	7	5	15	60
Уругвай	10	5	15	5	5	18	40
Чили	15	8	23	8	5	17	69
Эквадор	17	12	27	19	8	36	30
Эль Сальвадор	8	8	15	9	8	35	39
<i>Среднее значение</i>	<i>11</i>	<i>7</i>	<i>17</i>	<i>8</i>	<i>5</i>	<i>22</i>	<i>51</i>
БЛИЖНИЙ ВОСТОК И СТРАНЫ СЕВЕРНОЙ АФРИКИ							
Алжир	2	7	9	3	7	30	47
Египет	3	5	8	4	5	34	23
Иран	4	6	11	10	5	42	36
Израиль	3	3	7	4	4	19	46

1	2	3	4	5	6	7	8
Палестина	6	4	10	3	8	42	27
Тунис	2	2	5	4	4	35	42
<i>Среднее значение</i>	4	5	8	5	6	34	37
СУБСАХАРСКАЯ АФРИКА							
Ангола	15	19	32	9	26	24	38
Ботсвана	17	12	28	6	16	33	48
Гана	15	23	37	38	16	28	51
Замбия	27	15	41	4	20	32	46
Малави	18	20	36	11	29	42	43
Намибия	11	7	18	3	12	37	37
Нигерия	22	14	35	16	8	35	53
Уганда	10	28	36	31	26	46	42
Эфиопия	6	9	15	10	3	20	69
Южная Африка	4	3	7	2	5	32	40
<i>Среднее значение</i>	15	15	28	13	16	33	47
АЗИАТСКО-ТИХООКЕАНСКИЙ РЕГИОН И ЮЖНАЯ АЗИЯ							
Китай	5	7	13	12	4	37	39
Малайзия	3	4	7	7	2	13	61
Пакистан	8	3	12	4	3	53	24
Республика Корея	3	4	7	10	3	35	46
Сингапур	8	4	12	3	4	15	54
Тайвань	3	4	8	10	6	18	43
Таиланд	9	11	19	30	3	17	67
Япония	2	2	4	6	1	21	66
<i>Среднее значение</i>	5	5	10	10	3	26	50
ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ							
Австрия	7	3	10	8	4	11	38
Бельгия	3	2	5	5	2	18	62
Великобритания	5	4	9	6	2	18	43
Венгрия	6	4	9	8	4	31	35
Германия	4	2	5	5	2	22	51
Голландия	4	6	10	9	2	8	66
Греция	4	3	7	12	4	30	32
Дания	3	2	5	3	1	8	71
Ирландия	4	2	6	8	2	28	41
Испания	3	2	6	9	2	26	33
Италия	2	2	4	3	2	16	22
Латвия	9	5	13	8	3	25	46
Литва	3	4	7	8	2	25	51
Польша	5	5	9	6	4	41	30
Португалия	4	4	8	6	3	18	53
Румыния	6	4	9	4	4	24	38
Словакия	7	4	10	6	5	36	43

1	2	3	4	5	6	7	8
Словения	3	3	5	6	2	7	64
Финляндия	3	3	6	8	2	17	60
Франция	4	2	5	3	2	18	59
Швеция	5	2	6	5	2	7	49
Эстония	9	5	14	7	4	18	49
<i>Среднее значение</i>	5	3	8	7	3	21	47
СТРАНЫ, НЕ ВХОДЯЩИЕ В ЕВРОПЕЙСКИЙ СОЮЗ							
Босния и Герцеговина	5	3	8	6	7	58	20
Македония	4	3	7	7	4	52	29
Норвегия	4	3	7	6	1	7	70
Россия	3	2	4	2	1	36	31
Турция	7	5	12	9	5	31	55
Хорватия	6	2	8	3	4	34	36
Швейцария	3	3	6	8	2	18	57
<i>Среднее значение</i>	4	3	7	6	4	34	43
СОЕДИНЕННЫЕ ШТАТЫ АМЕРИКИ							
США	9	4	13	9	4	21	59

Источник: APS 2012

Каждая страна обладает уникальным набором социально-экономических условий, влияющих на уровень предпринимательской активности. Однако можно говорить как об общих характеристиках групп

со схожим уровнем экономического развития, так и о существовании региональных особенностей конкретных стран.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ В РОССИИ

Значения индексов ранней предпринимательской активности и активности устоявшихся предпринимателей в России на протяжении периода участия в проекте относительно устойчивы (рис. 11). Уровень ранней предпринимательской активности составляет в среднем 4%, с наивысшим уровнем 4,9% в 2006 г. и наименьшим – 2,7% в 2007 г. В 2012 г. индекс составил 4,3%.

Уровень активности устоявшихся предпринимателей колеблется в диапазоне от 1,1% в 2008 г. до 2,8% в 2010–2011 гг. В 2012 г. индекс активности устоявшихся предпринимателей составил 2,1%. Доля устоявшихся предпринимателей в России в 2012г. составила 33% от числа общей предпринимательской активности населения, т.е. в России не только низкий уровень ранней предпринимательской активности, но и большинству созданных компаний не удается преодолеть начальный этап развития.

Данные GEM свидетельствуют о том, что в экономически развитых странах число компаний, работающих более 3,5 лет, значительно превышает количество вновь создаваемых компаний. Если в среднем доля

устоявшегося бизнеса в структуре всех предпринимателей в ресурсно-ориентированных экономиках составляет около 32%, в эффективно-ориентированных – 36%, то в инновационно-ориентированных – 49%. По данному показателю Россия отстает от всех инновационно-ориентированных стран, кроме Сингапура (рис. 12). Выживаемость бизнеса в странах Восточной Европы в среднем также выше (42%). Конечно, высокая доля устоявшихся предпринимателей может объясняться не только жизнестойкостью бизнеса но и небольшим количеством людей, открывающих бизнес в последние годы, т.е. с относительно низким уровнем индекса TEA, это обстоятельство может объяснить преобладание устоявшихся предпринимателей.

Однако в России наблюдается негативная комбинация этих факторов – при одном из самых низких уровней ранней предпринимательской активности на долю устоявшихся предпринимателей приходится только треть от общего числа предпринимателей. Таким образом, одно из решений проблем российского предпринимательства лежит в преодолении начального этапа и повышении выживаемости компаний.

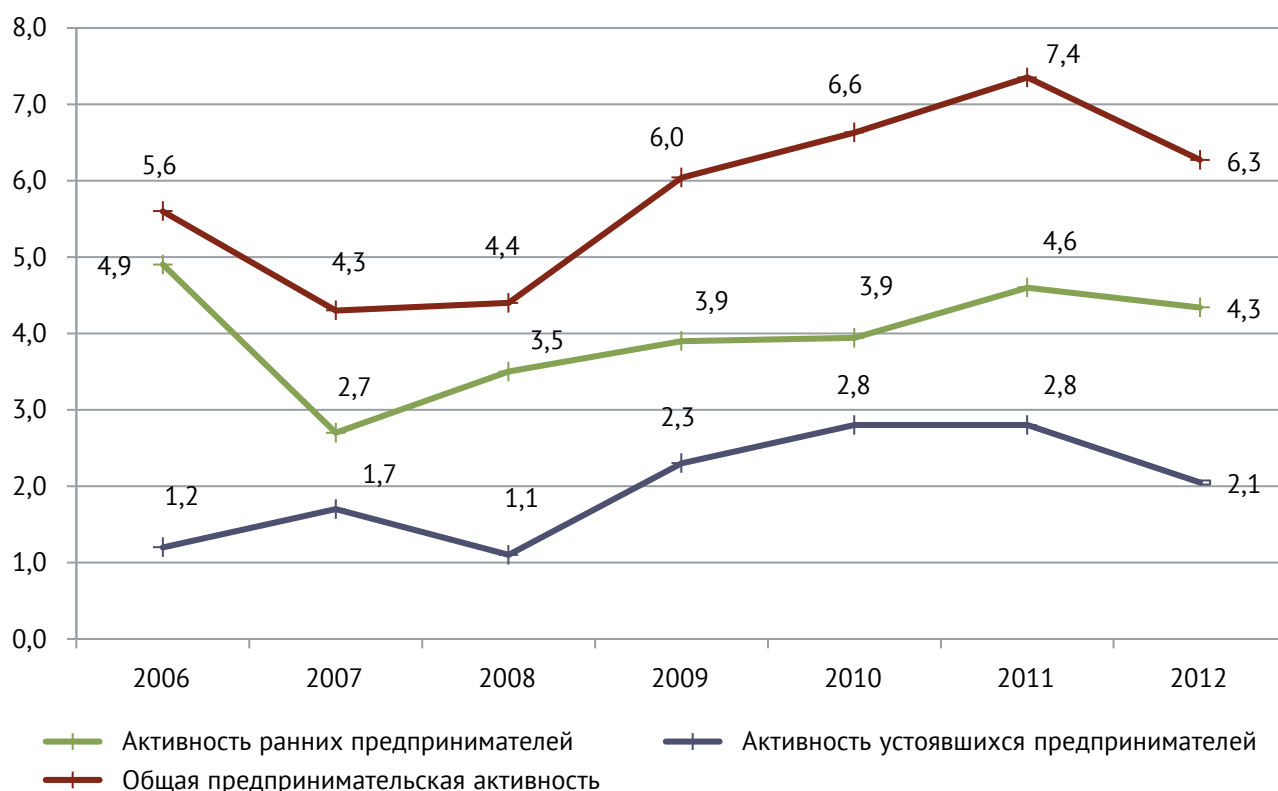


Рис. 11. Динамика предпринимательской активности в России, 2006–2012, %
Источник: APS 2006–2012

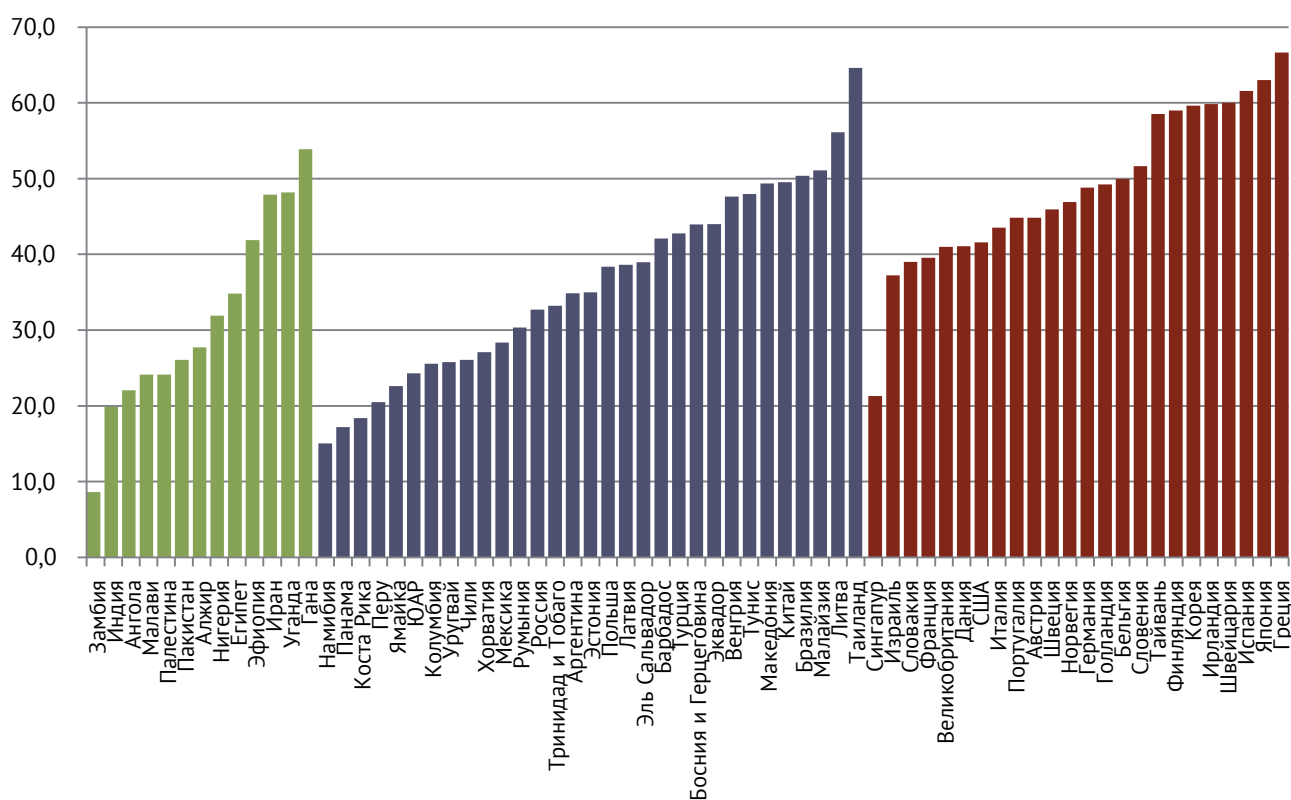


Рис. 12. Доля устоявшихся предпринимателей в общем числе предпринимателей в различных типах экономик, %
Источник: APS 2006–2012

МОТИВЫ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В проекте GEM выделяются два основных типа мотивации предпринимателей:

1. предприниматели «по возможности», или добровольные предприниматели (opportunity-driven entrepreneurs) — предприниматели, которые пытаются использовать открывающиеся возможности и получать преимущества от предпринимательской деятельности;

2. предприниматели «по необходимости», или вынужденные предприниматели (necessity-driven entrepreneurs) — предприниматели, которые пытаются начать свое дело в силу того, что у них нет иных возможностей для получения дохода.

Однако такое деление затрудняет глубокое понимание мотивации, так как респонденты при ответе на вопрос анкеты, выбирая между вариантами «нет лучших возможностей для работы» и «использую новые бизнес-возможности», могут сделать выбор в пользу позитивного ответа, даже если в действительности их мотивация ближе к первой альтернативе [Bosma et al., 2009]. Поэтому мотивация предпринимателей, которые руководствуются в своей деятельности возникающими возможностями, подверглась более детальному изучению. Предприниматели были разделены на три группы. К первой группе относятся те из них, кто в качестве основного мотива называет **увеличение дохода**. Для представителей второй группы главный мотив — **независимость**. Третью группу составляют те, кто использует возможности предпринимательства для поддержания дохода. Фактически это группа предпринимателей близка к предпринимателям «по необходимости». Добровольные ранние предприниматели, мотивированные использованием возможностей для увеличения дохода и получением независимости в работе, образуют группу **«высокопритязательных» предпринимателей**.

Данные GEM показывают, что по мере экономического развития уровень вынужденного предпринимательства снижается, в то время как добровольная мотивация и уровень высокопритязательного предпринимательства увеличиваются. Добровольное предпринимательство обладает более высоким экономическим потенциалом, создает больше рабочих мест и демонстрирует более высокий рост производительности труда.

На протяжении всего времени проведения исследований в России наблюдалась стабильная структура мотивации — около 70% предпринимателей отмечали, что используют открывающиеся возможности

для начала собственного дела. Однако можно констатировать, что в 2012 г. доля добровольной мотивации снизилась и составила чуть более 60%. Этот показатель близок по своему значению к посткризисному уровню 2010 г.

Для большинства российских предпринимателей открытие собственного дела хотя и является добровольным шагом, однако мотивированы они в основном не желанием увеличить его или получить независимость, а поддержать уровень своего дохода (рис. 13). Так, 40% ранних и устоявшихся добровольных предпринимателей отметили, что их вовлеченность в предпринимательскую деятельность связана с поддержание дохода, что, по сути, сближает их с вынужденными предпринимателями. Также высокая доля смешанной мотивации, т.е. предприниматели не смогли точно определить, что побуждает их к созданию и управлению своей компанией. Особенно высока доля у нарождающихся предпринимателей — 36% респондентов.

Сравнение мотивации различных групп ранних предпринимателей позволяет говорить, что те респонденты, которые были вовлечены в создание новых фирм в 2012 г. связывают с развитием бизнеса значительно меньше надежд, чем те, кто основал бизнес в 2009–2011 гг. Среди мотивов нарождающихся предпринимателей преобладают поддержание дохода и смешанная мотивация, и лишь менее четверти (22,8%) являются высокопритязательными предпринимателями. Именно эта группа предпринимателей должна быть заинтересована в поиске новых путей развития бизнеса и использовании возможностей. По сравнению с прошлым годом доля высокопритязательных ранних предпринимателей сократилась с 44% до 32%, причем за счет нарождающихся предпринимателей.

Поиск преимуществ от занятий бизнесом мотивирует в основном более молодую и активную группу населения — возрастной диапазон от 25 до 44 лет (56%). В то же время 40% вынужденных предпринимателей находятся в возрастной группе от 25 до 34 лет. Не наблюдается различий в структуре мотивации мужчин и женщин — большинство мужчин и женщин начинают бизнес, используя появившиеся возможности (61% и 64% соответственно), а менее трети являются вынужденными предпринимателями.

Сравнительный анализ добровольных и вынужденных ранних предпринимателей показал, что добровольные предприниматели характеризуются более

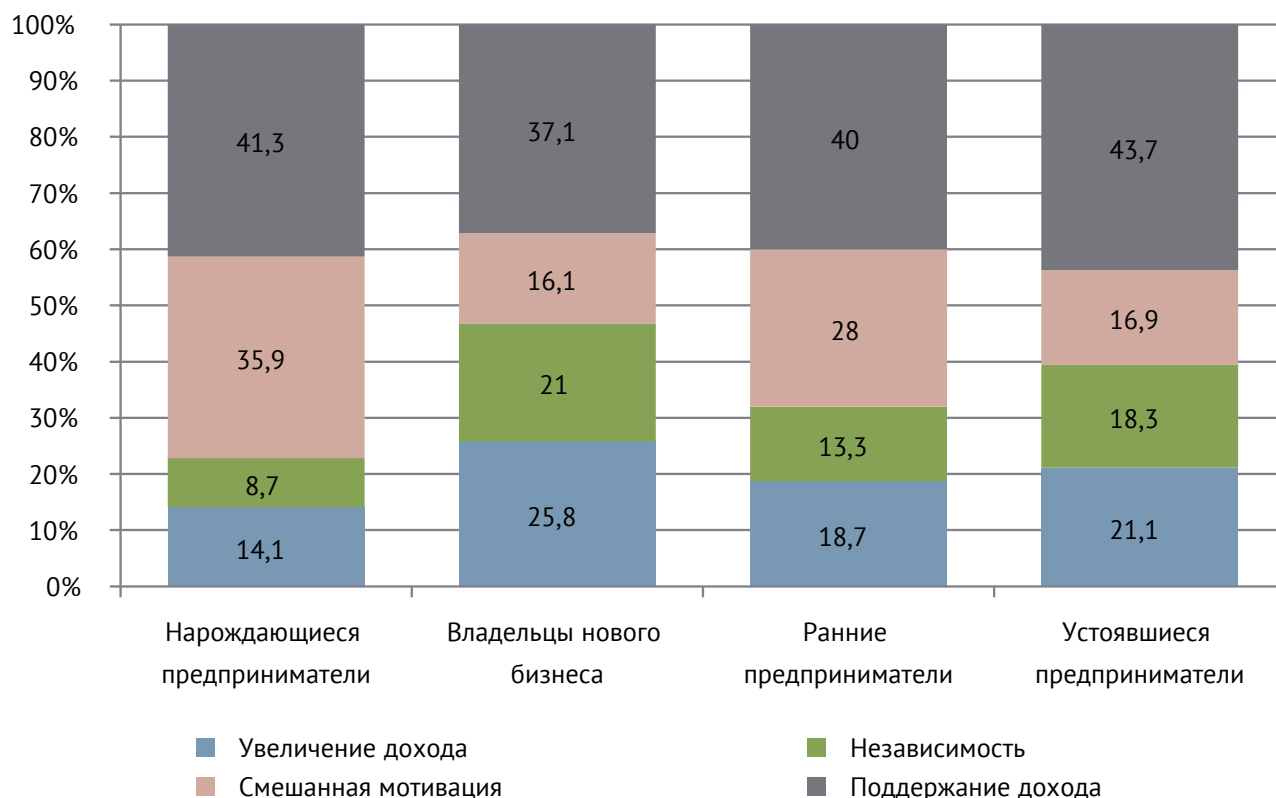


Рис. 13. Структура добровольной мотивации предпринимательства в России, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

высоким уровнем формального образования, большей склонностью к риску, большей включенностью в предпринимательские сети, а также выше оценивают статус предпринимателя в обществе и чаще считают карьеру предпринимателя удачным выбором по сравнению с вынужденными предпринимателями.

Очевидно, низкая доля высокопритязательных предпринимателей негативно характеризует российское предпринимательство. Данные GEM свидетельствуют, что в большинстве экономически развитых стран высокопритязательных предприни-

мателей в 2,7 раза больше, чем вынужденных [Xavier, et al. 2013], т.е. даже в условиях наличия предложений на рынке труда развитие институтов в этих странах делает предпринимательство привлекательным в первую очередь за счет предоставления возможности самореализации. В России наблюдается нехватка предпринимателей в шumpетерианском понимании этого слова. При существующем состоянии структурных условий развития предпринимательства россияне не видят преимуществ, связанных с ведением собственного бизнеса.

СОЦИАЛЬНО-ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ РОССИЙСКОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЯ

На желание стать предпринимателем и начать свое дело оказывают влияние такие социально-демографические характеристики, как пол, возраст, уровень образования.

При анализе социально-демографической структуры в соответствии с методологией проекта «Глобаль-

ный мониторинг предпринимательства» исследуются основные группы предпринимателей: потенциальные предприниматели; респонденты, имеющие предпринимательские намерения; ранние предприниматели, включая нарождающихся и владельцев нового бизнеса; устоявшиеся предприниматели.

пол

В России гендерная структура предпринимательства типична для стран-участниц проекта GEM: мужчины демонстрируют большую вовлеченность в активность во всех предпринимательских группах.

Доля мужчин, планирующих в ближайшие три года организовать свое дело, составляет 54% против 46% у женщин. При среднем уровне предпринимательских намерений в 2012 г. равном 3,8%, только 4,3%

всех мужчин и 3,3% всех женщин намереваются стать предпринимателями.

Среди потенциальных предпринимателей также выше доля мужчин – 59% против 41% у женщин. 6,8% всех мужчин и 4,3% всех женщин увидели благоприятные условия для создания собственного дела и посчитали, что обладают достаточными знаниями для организации компании.

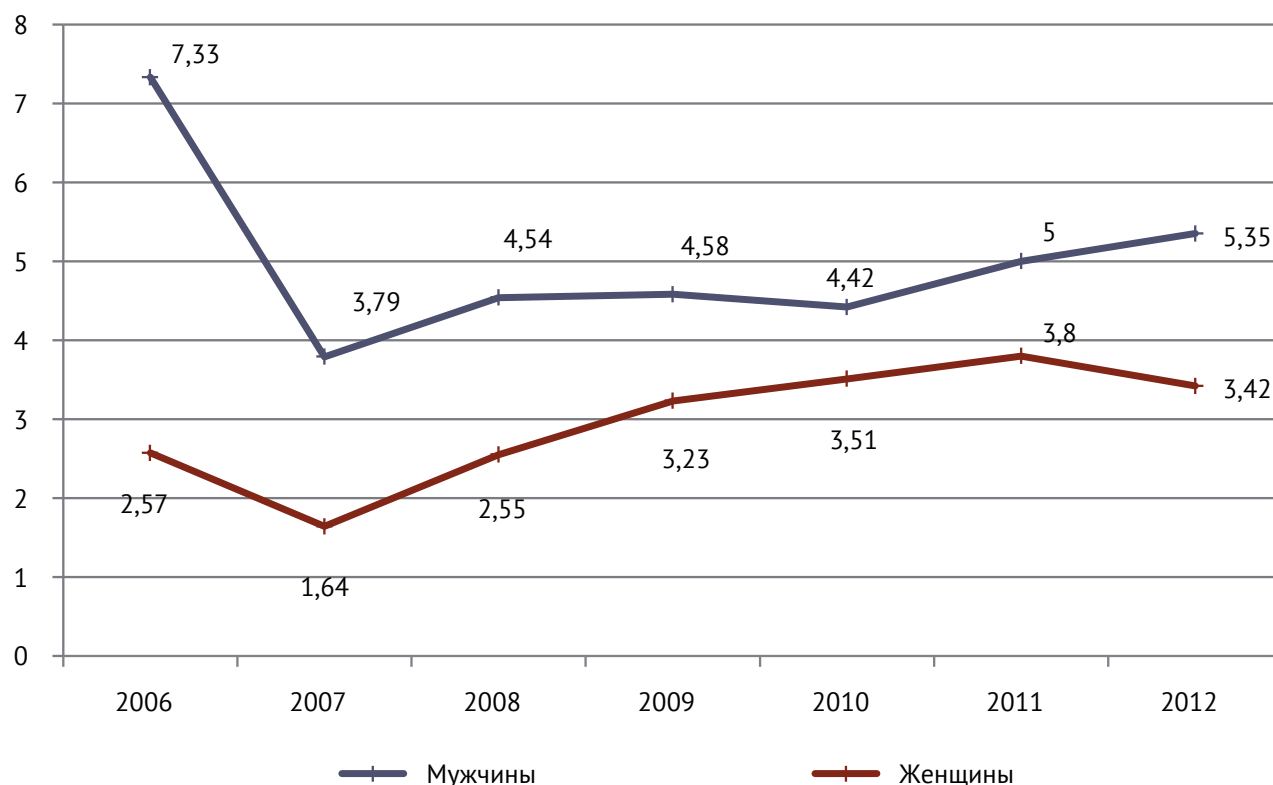


Рис. 14. Ранняя предпринимательская активность мужчин и женщин, 2006–2012, %
Источник: APS Russia 2006–2012

Гендерное соотношение среди ранних предпринимателей устойчиво по годам. В 2012 г. доля мужчин составила 59,2% и 40,8% – женщин. Активность ранних предпринимателей мужчин в 1,5 раза выше активности женщин – 5,35% мужчин и 3,42% женщин (рис. 14). На протяжении последних лет мужчины демонстрируют большую активность и в создании нового бизнеса. Активность нарождающихся предпринимателей-мужчин в 1,7 раз превышает активность нарождающихся предпринимателей-женщин (3,2% и 1,9%, соответственно). Исследование показало, значимым фактором, влияющим на меньшую вовлеченность женщин в создание новых фирм, является боязнь быть неуспешной.

Соотношение мужчин и женщин среди устоявшихся предпринимателей распределилось в 2012 г. в пользу женщин – 52,2% против 47,8%. Активность мужчин, вовлеченных в управлении компаний, существующих более 3,5 лет, в 2012 г. была выше, чем женщин – 2,16% и 1,95% соответственно (рис. 15).

По сравнению с ранними предпринимателями гендерная активность среди устоявшихся предпринимателей практически не различается. Это может свидетельствовать о том, что мужчины более склонны к предпринимательскому старту, но менее успешны на стадии выживания компании.

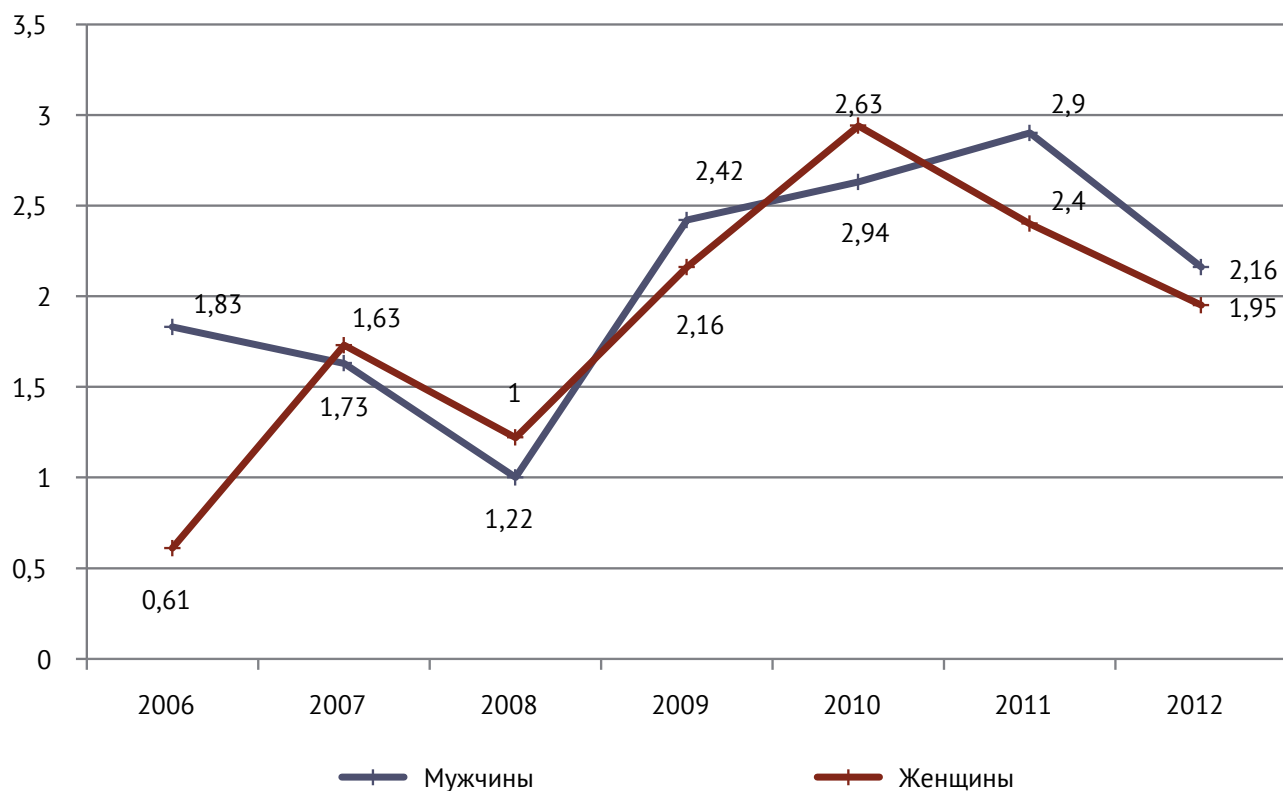


Рис. 15. Активность устоявшихся предпринимателей среди мужчин и женщин, 2006–2012, %
Источник: APS Russia 2006–2012

ВОЗРАСТ

В предпринимательство в России вовлечены все возрастные группы, однако возрастная структура не является однородной.

По данным 2012 г. средний возраст российского раннего предпринимателя составляет 36 лет. Для группы ранних предпринимателей характерно преобладание возрастной группы «25–34» – 36,4% (рис. 16). Индекс предпринимательской активности этой возрастной группы составляет 6,7%, в то время как более молодая («18–24») и средневозрастная («35–44») группы, соответственно, имеют индекс активности, равный 4,2%. Относительно высока в сравнении с предыдущим годом доля возрастной группы «45–54», которая демонстрирует второй по значению индекс активности – 4,6%. Во всех возрастных группах преобладают мужчины, за исключением группы «45–54», в которой одинаковое количество мужчин и женщин.

Средний устоявшийся предприниматель на семь лет старше раннего, его возраст составляет 43 года. Устоявшиеся предприниматели практически не имеют гендерных различий по возрастным группам. Среди устоявшихся предпринимателей превалирует возрастные группы «35–44» и «45–54». Активность устоявшихся предпринимателей этих возрастных групп составляет 3,4% и 3,0 % соответственно. Преобладание этих групп наблюдалось в течение всего периода наблюдений с 2006 г.

Как для ранних, так для устоявшихся предпринимателей характерна низкая вовлеченность населения в возрасте от 55 до 64 лет. У обеих групп активность едва превышает 1%. Это характерно и для групп потенциальных предпринимателей и людей, имеющих предпринимательские намерения, в которых преобладает возрастная группа от 25 до 34 лет.

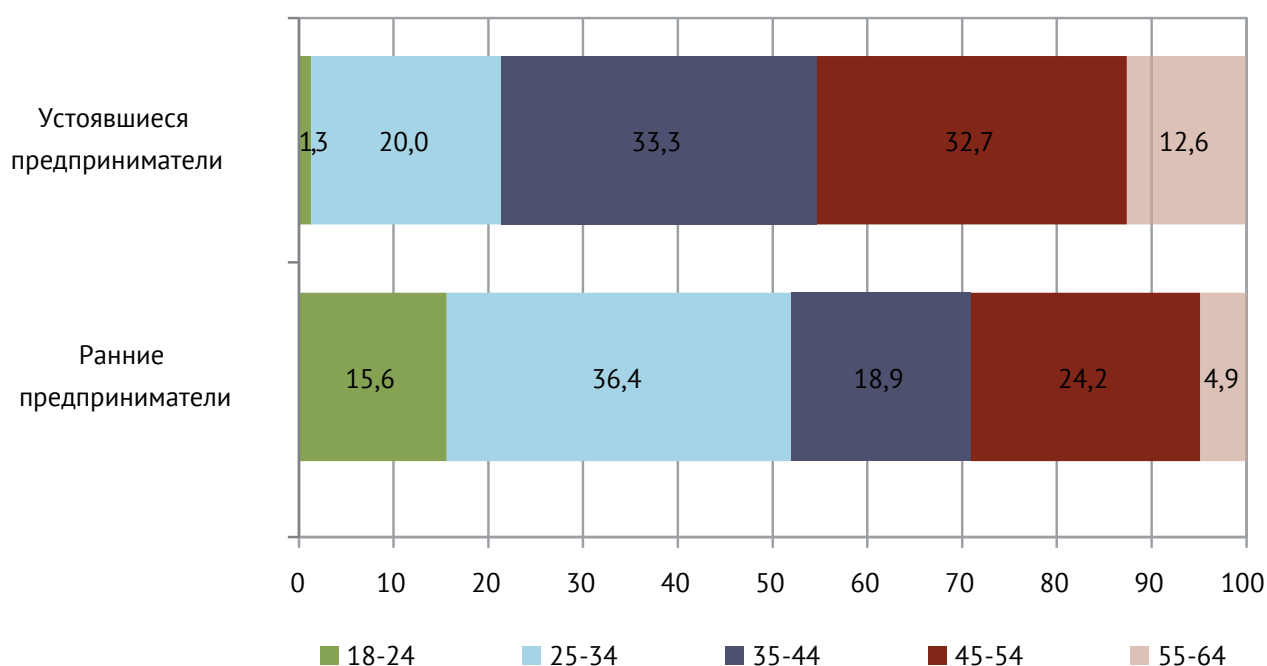


Рис. 16. Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по возрастным группам, 2012, %
Источник: APS Russia 2011

ОБРАЗОВАНИЕ

В методологии GEM по уровню образования выделяют четыре группы людей: респонденты с «неполным средним образованием», «средним образованием», «незаконченным высшим или профессионально-техническим образованием», а также «высшим образованием» (в последнюю категорию включаются лица, имеющие ученые степени кандидата и доктора наук, а также получившие степень магистра делового администрирования (MBA)).

Среди предпринимателей, как ранних, так и устоявшихся, преобладают респонденты с незаконченным высшим или профессионально-техническим и высшим образованием. На их долю приходится 74% предпринимателей.

Наибольшую активность среди ранних (6,14%) и устоявшихся (2,69%) предпринимателей демонстрируют респонденты с высшим образованием (рис. 17). Тем не менее стоит отметить, что по сравнению с 2011г. активность устоявшихся предпринимателей с высшим образованием сократилась практически вдвое.

Респонденты с различным образованием по-раз-

ному оценивают наличие возможностей для создания фирм. Так, среди тех предпринимателей, которые отметили, что в ближайшие полгода в их регионе будут благоприятные возможности для бизнеса, 50% составляют предприниматели с высшим образованием, тогда как среди предпринимателей с незаконченным высшим – таких 25%, а с незаконченным средним – 5,9%. Такая же зависимость наблюдается и при оценке своих компетенций для организации компании: 42% предпринимателей с высшим образованием считают, что обладают достаточными знаниями для создания бизнеса. Среди респондентов с незаконченным высшим таких – 34%, а со средним – 19%.

Для предпринимателей характерны существенные различия в оценке боязни быть неуспешным. Она сокращается по мере повышения уровня образования. И если среди респондентов с незаконченным средним образованием страх провала отмечается у 50% респондентов, то среди имеющих незаконченное высшее образование значение данного показателя сокращается до 20%.

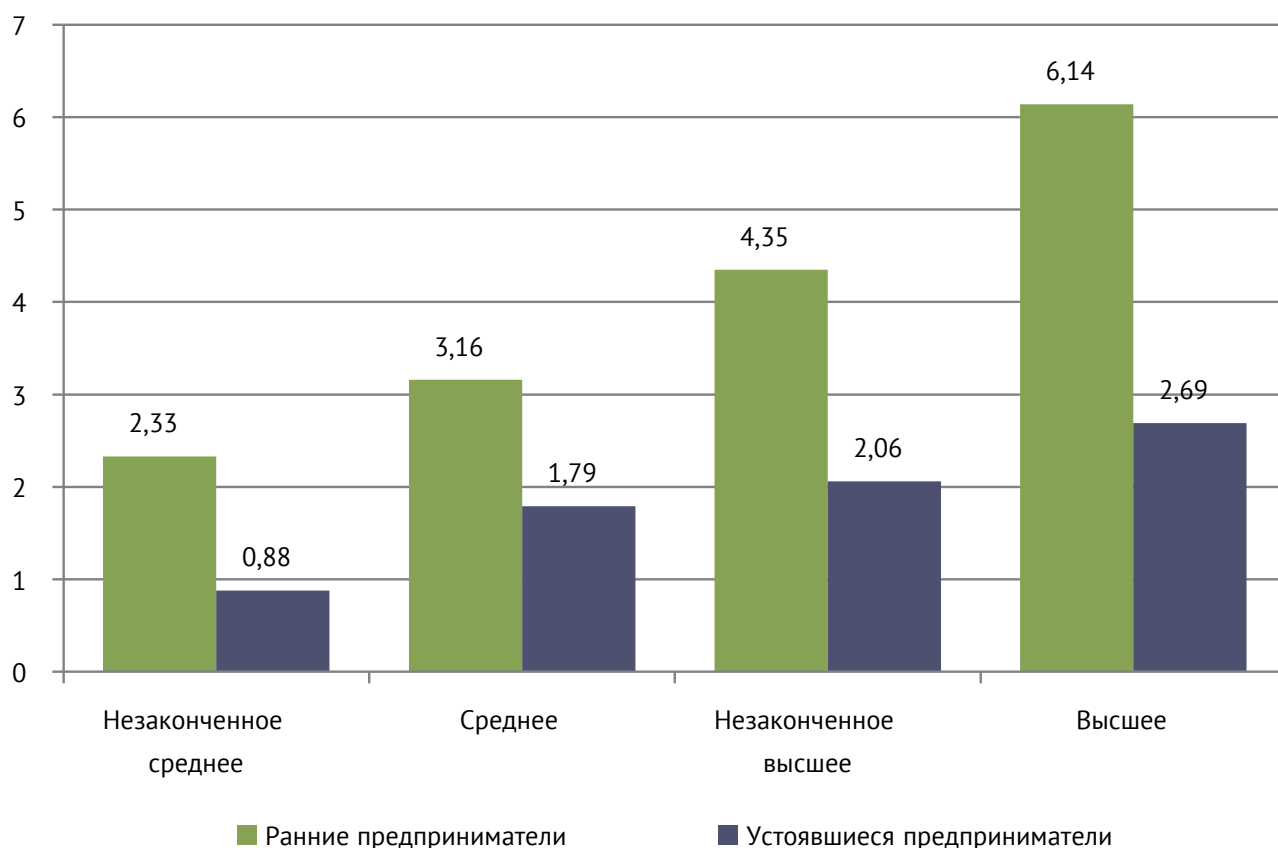


Рис. 17. Активность ранних и устоявшихся предпринимателей с различным уровнем образования, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

ТИП ЗАНЯТОСТИ

Основным источником дохода для предпринимателей является заработная плата, получаемая на основном месте работы, где они заняты полностью или частично. Среди ранних предпринимателей таких – 78%, а среди устоявшихся – 98%. Нужно отметить, что для практически 40% ранних предпринимателей и 77% устоявшихся вовлеченность в предпринимательскую активность связана с самозанятостью.

Индекс предпринимательской активности среди работающих полностью или частично составляет 5,1%, среди неработающих – 4%, а среди студентов в 2012 г. он оказался крайне низким – 1%.

Среди тех, кто предпринимает активные шаги по созданию бизнеса, наибольшую активность про-

явили занятые полный рабочий день (рис. 18). Те, кто занят на работе только часть дня, в 2012 г. были менее активны в организации новой фирмы по сравнению с 2011 г. и особенно 2010 г., когда активность среди частично занятых составила 6%. Это может быть свидетельством того, что россияне менее активно ищут возможность дополнительного заработка.

Как отмечалось выше, среди студентов и безработных крайне мало тех, кто рассматривает возможность предпринимательского старта в ближайшие годы, а доля тех, кто предпринял в 2012 г. реальные шаги по созданию бизнеса, еще меньше (0,7% среди студентов и 2% среди безработных).

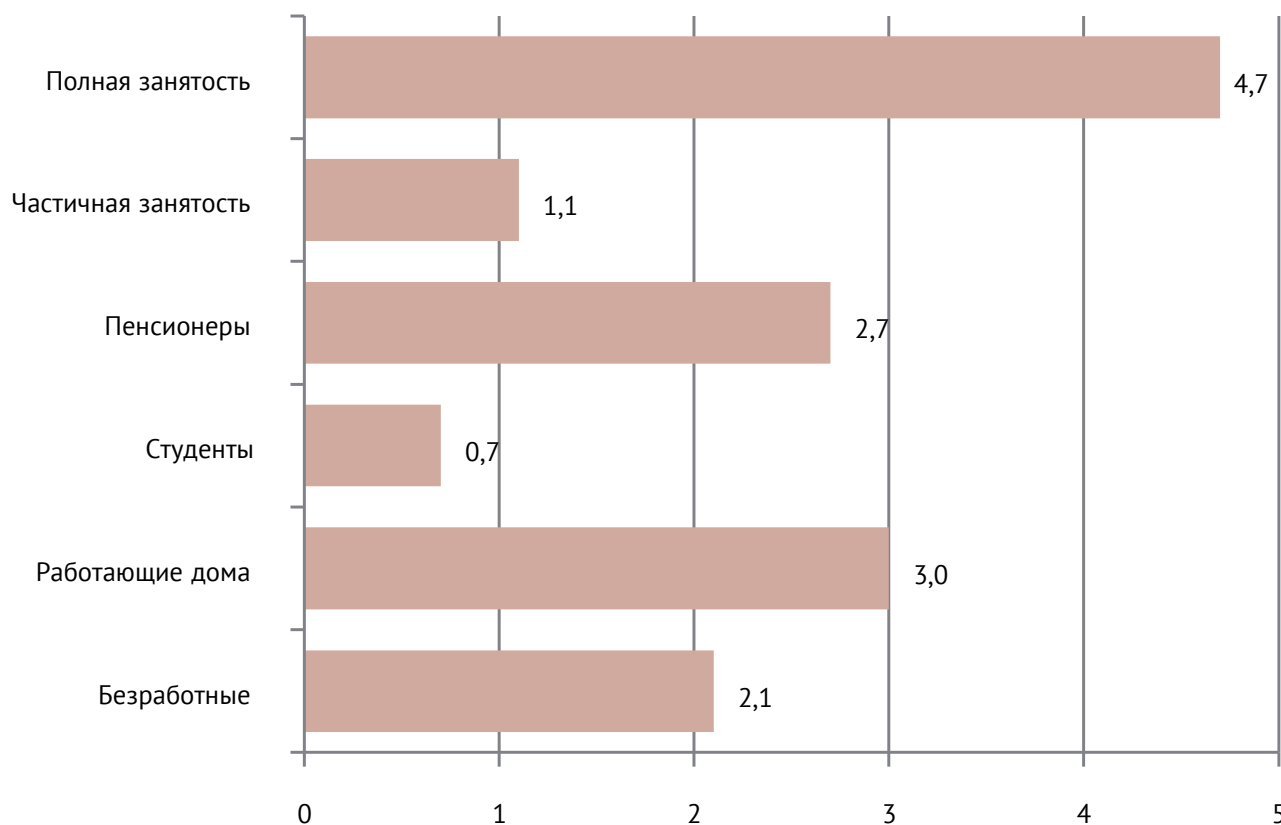


Рис. 18. Активность начинающих предпринимателей по типу занятости, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

ТИП НАСЕЛЕННОГО ПУНКТА

Плотность населения, проживающего в том или ином населенном пункте, наличие инфраструктуры и уровень доходов населения влияют на возможности осуществления предпринимательской деятельности.

Доля ранних предпринимателей колеблется от 3,7% в малых городах до 5,2% – в крупнейших (рис. 19). Во всех типах поселений число устоявшихся предпринимателей меньше, чем ранних и варьируется от 1,3% в городах с численностью от 100 тыс. до 500 тыс. до 2,5% - в городах с численностью от 500 тыс. до 1 млн жителей. Наименьшая «выживаемость» предпринимательских фирм наблюдается в сельской местности и средних городах.

В 2012 г. мотивационная структура российского предпринимательства достаточно серьезно различалась в различных типах поселений. Наиболее

благоприятное соотношение добровольных и вынужденных ранних предпринимателей наблюдалось в городах с населением от 500 тыс. до 1 млн. В этих городах добровольная мотивация преобладала – 70% ранних предпринимателей отметили, что создают собственное дело, используя открывающиеся возможности. Среди устоявшихся предпринимателей в этом типе поселений доля добровольной мотивации еще выше.

Обратная ситуация наблюдается в малых городах с населением до 100 тыс. жителей. Для большинства предпринимателей в этом типе поселений создание бизнеса – вынужденный шаг. 65% ранних и 95% устоявшихся предпринимателей отметили, что создали бизнес, потому что не было других возможностей трудоустройства.

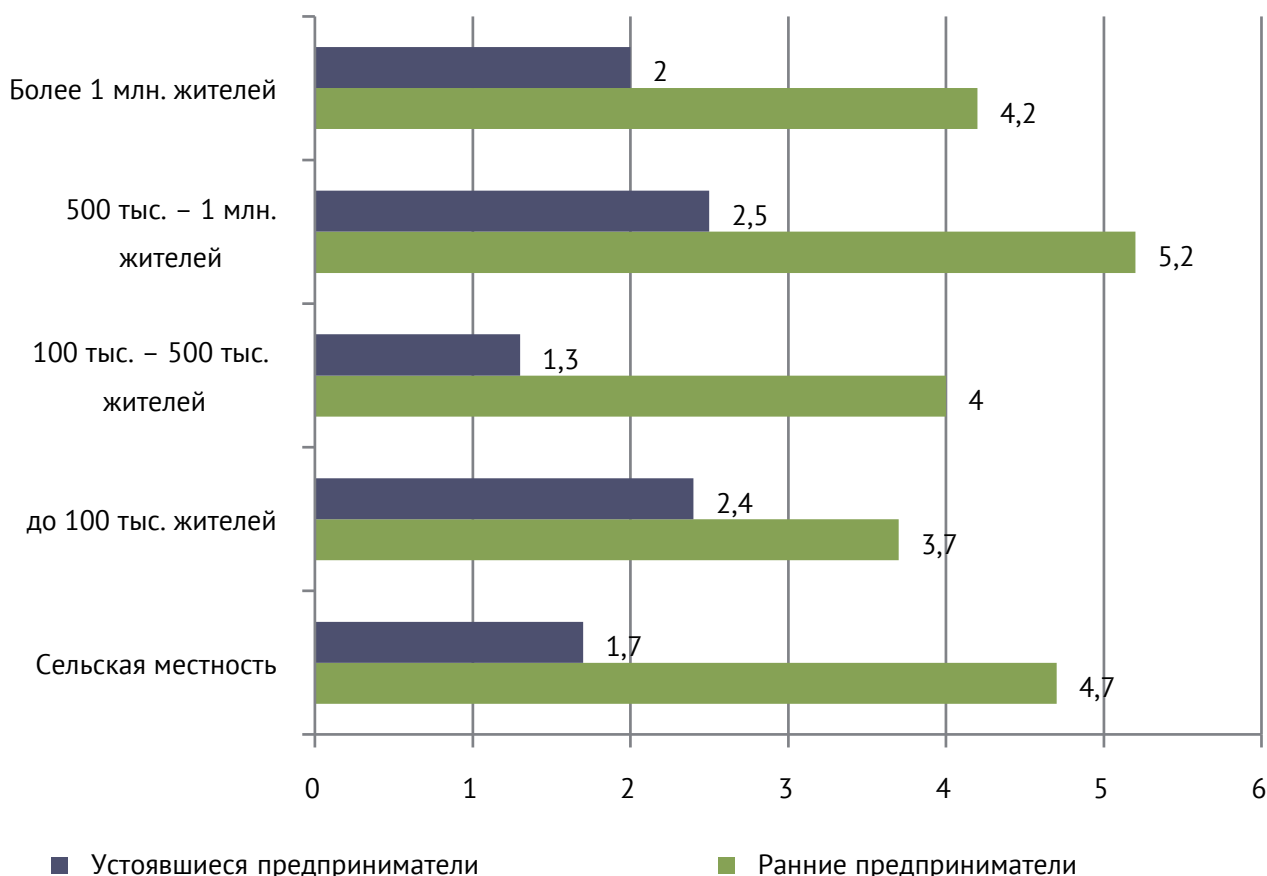


Рис. 19. Распределение ранних и устоявшихся предпринимателей по типу поселения, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

СЕКТОРАЛЬНОЕ РАСПРЕДЕЛЕНИЕ

GEM анализирует структуру предпринимательства по видам экономической деятельности на основе Международной стандартной классификации видов экономической деятельности (International Standard of Industrial Classification of All Economic Activities, ISIC). Предпринимательские фирмы могут быть заняты в потребительском секторе экономики; производственном секторе (оказание бизнес-услуг; производство и строительство) или добывающем секторе (сельское и лесное хозяйство, рыболовство, добыча полезных ископаемых). Необходимо учесть, что база GEM не является лучшим источником информации для изучения секторального распределения предпринимательских фирм, однако может быть полезна для характеристики активности ранних предпринимателей.

При анализе видов экономической деятельности можно выявить общие тенденции. Для всех

стран-участниц проекта характерно преобладание как ранних, так и устоявшихся предпринимателей в потребительском секторе. Однако в инновационно-ориентированных странах доля предпринимателей в этом секторе экономики в целом ниже, чем в ресурсно- и эффективно-ориентированных странах. Отличительной же особенностью развитых стран является высокая доля занятости предпринимателей в секторе оказания бизнес-услуг, где конкуренция основывается на инновациях.

Российское предпринимательство негативно характеризует низкая занятость в секторе оказания бизнес-услуг (9% ранних и 8% устоявшихся предпринимателей). Доля предпринимателей, занятых в этом обладающем большим качеством и потенциалом роста секторе, сравнима только со странами БРИКС, где 10% ранних и 9% устоявшихся предпринимателей



Рис. 20. Секторальное распределение предпринимателей в России, Восточной Европе и инновационно-ориентированных странах, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

вовлечены в оказание услуг бизнесу, но значительно ниже, чем в инновационно-ориентированных экономиках (29% и 28% соответственно) и странах Восточной Европы (19% и 17% соответственно).

Большинство российских предпринимателей (49% ранних и 57% устоявшихся) заняты в потребительском секторе (рис. 20). Доля ранних предпринимателей

в этом секторе сравнима с инновационно-ориентированными странами (45%) и со странами Восточной Европы (40%), однако доля российских устоявшихся предпринимателей значительно выше (57%) как по сравнению с инновационно-ориентированными странами (37%), так и со странами Восточной Европы (35%) и странами БРИКС (44%).

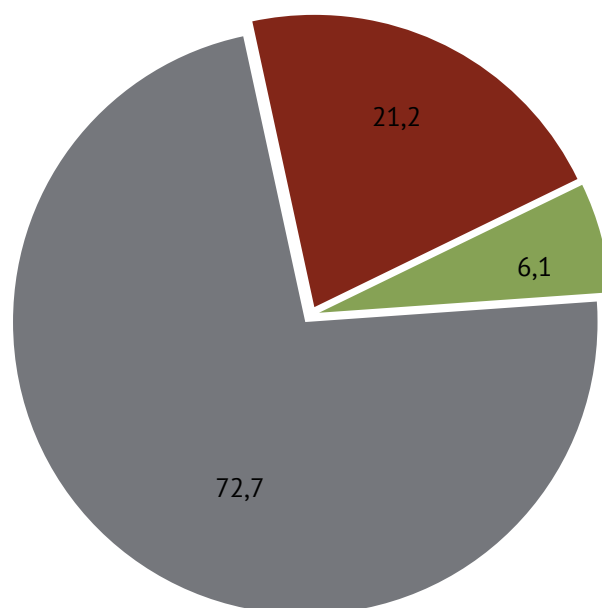
ЗАКРЫТИЕ БИЗНЕСА

Предпринимательская активность измеряется количеством не только созданных, но и вышедших из бизнеса компаний. Наряду с показателями ранней и устоявшейся предпринимательской активности, уровень выхода из бизнеса может рассматриваться как компонент динамики предпринимательства в обществе. Данные проекта свидетельствуют, что уровень закрытия бизнеса сокращается по мере экономического развития страны.

Компании, собственники которых покинули ее, могут продолжить существование с другими собственниками или в другой форме, поэтому индекс выбытия не характеризует процесс закрытия компании. В России в 2012 г. число бизнесов, которые прекратили

свое существование, составило 73% из всех выходов (рис. 21). У более чем 20% фирм бизнес продолжился, а 6% компаний сменили профиль деятельности.

В странах с развитой культурой предпринимательства предприниматели, закрывшие свой бизнес, являются важной составляющей предпринимательского сообщества. Приобретенный ими опыт, как позитивный, так и негативный, позволяет быть более успешными при создании новых фирм, и в то же время они могут передавать свой опыт начинающим предпринимателям. В России около половины закрывших бизнес выбывают из бизнеса окончательно. В 2012г. 45,7% закрывших бизнес не предполагают в ближайшее время связать свою деятельность

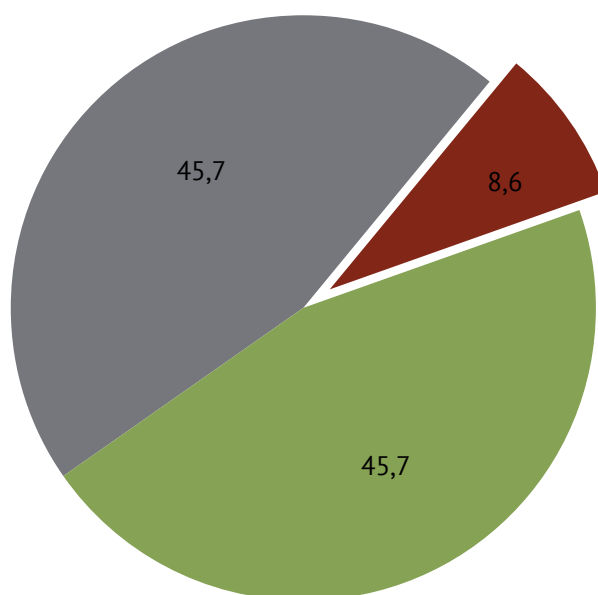


■ Бизнес прекратил свое существование ■ Бизнес продолжился ■ Сменился профиль бизнеса

Рис. 21. Структура закрытия бизнеса, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

с предпринимательством (рис. 22). Учитывая тот факт, что около 40% предпринимателей, закрывших бизнес, остаются в предпринимательском секторе в силу того, что владеют другим бизнесом, можно констатировать,

что вернуться к предпринимательской деятельности и создать новые компании могут лишь немногим более 8% из числа закрывших бизнес в 2012 г.



■ Окончательно выбывшие ■ Планирующие открыть ■ Владеющие другим бизнесом

Рис. 22. Структура предпринимателей, закрывших бизнес, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

На протяжении многих лет основной причиной закрытия бизнеса российские предприниматели называют убыточность компании (рис. 23). В 2012 г. нерентабельность бизнеса составила 28%, что соотносится со средними значениями эффективно- и инновационно-ориентированных стран (30% и 28%

соответственно). Стоит отметить, что по сравнению с предыдущими годами доля этой причины значительно снизилась. Тем не менее, вместе с проблемами, связанными с доступом к финансированию, в 2012 г. финансовые причины составили практически половину всех выходов.

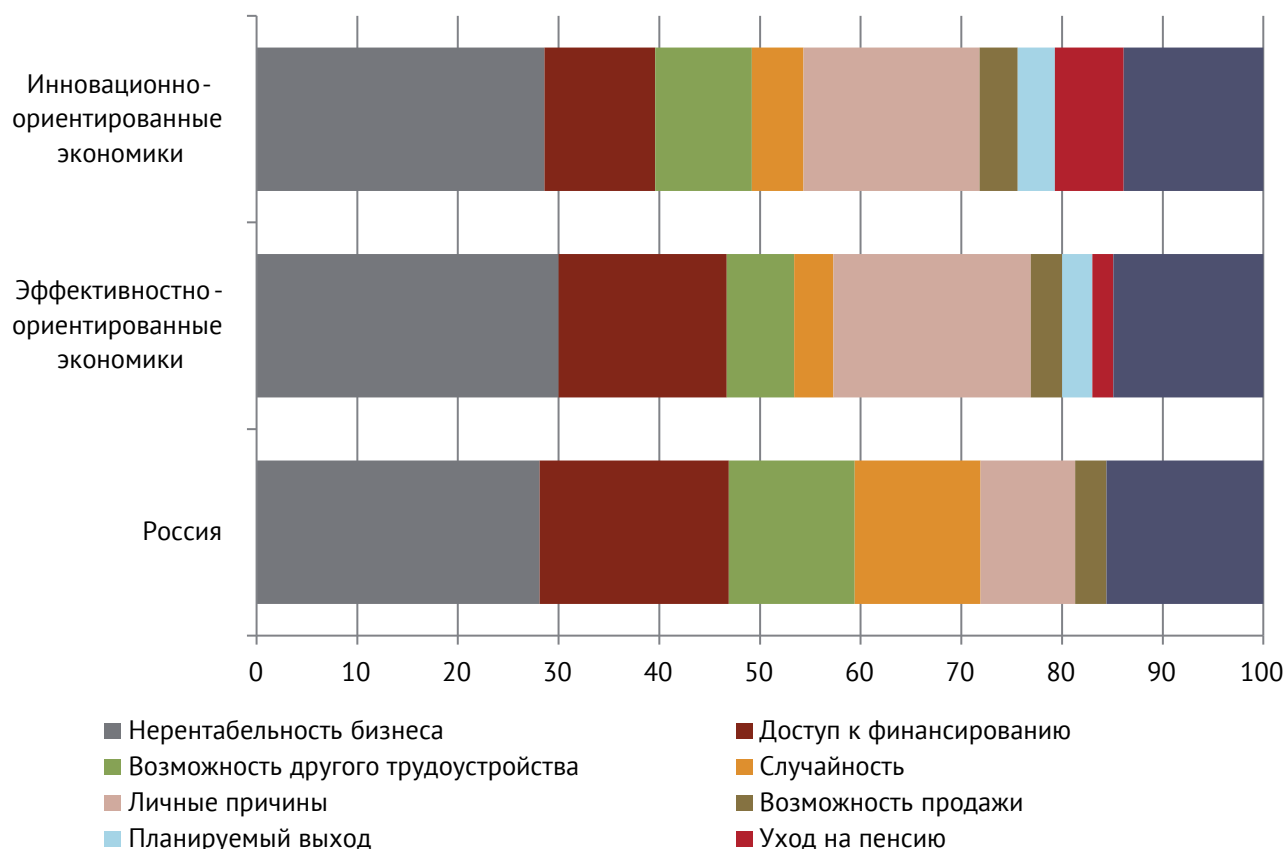


Рис. 23. Причины выхода из бизнеса в странах-участницах проекта GEM и России, 2012,%
Источник: APS 2012

Интересно отметить, что 12% российских предпринимателей покинули компанию, поскольку нашли возможность другого трудоустройства. Очевидно, что те, для кого приход в предпринимательство был вынужденной мерой во время кризиса, вернулись к наемной работе при первой возможности.

Сравнение уровня нарождающегося предпринимательства, т. е. лиц, предпринимающих активные действия по созданию бизнеса, с уровнем тех, кто выходит из бизнеса, позволяет говорить о расширении предпринимательства. В большинстве стран-участниц проекта значение этого коэффициента в 2012 г.

было выше 1. При этом связи между коэффициентом расширения и уровнем экономического развития не наблюдается (рис. 24).

В России в 2012 г. количество начинающих свое дело превысило число выбывших из бизнеса. Значение коэффициента расширения предпринимательства составило 2,68. Однако увеличение этого показателя по сравнению с прошлым годом обусловлено не столько ростом числа нарождающихся предпринимателей, сколько низким процентом респондентов, закрывших бизнес.

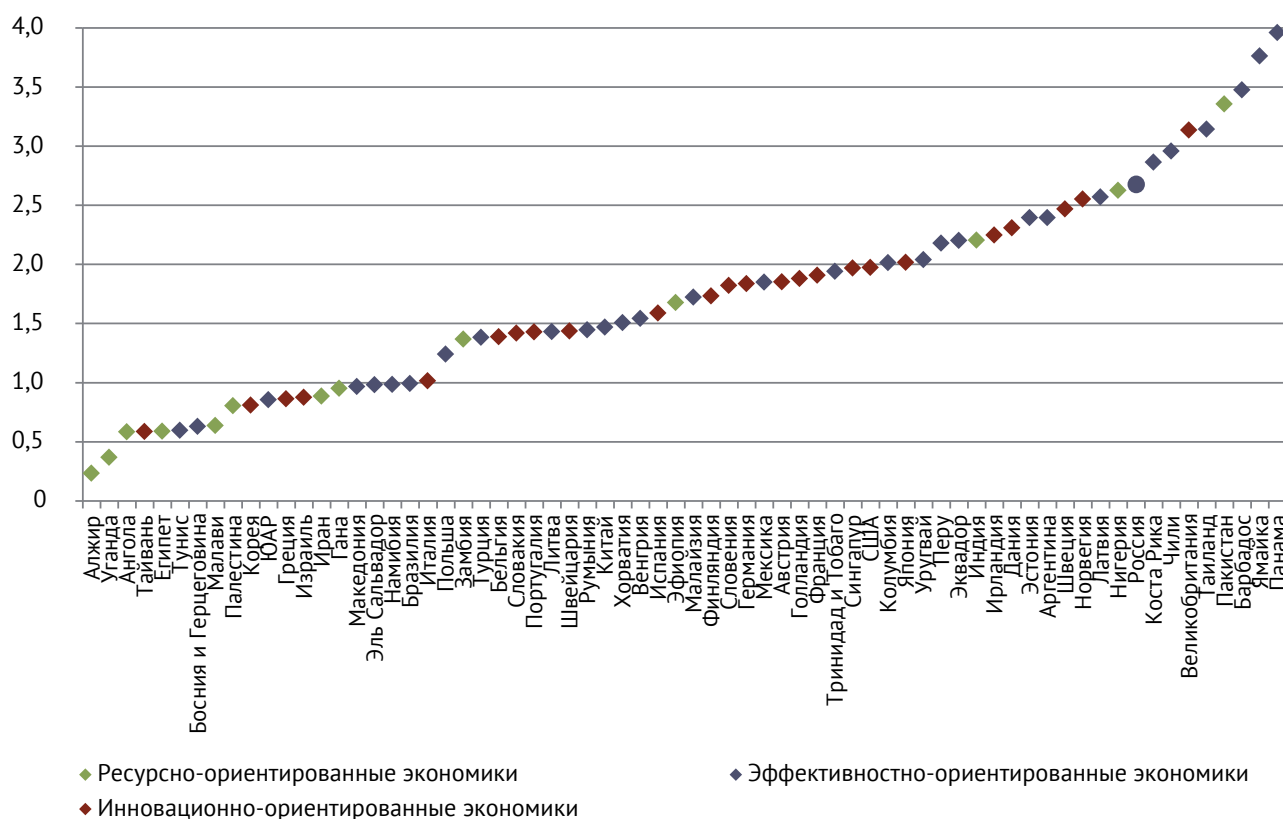


Рис. 24. Значение коэффициента расширения предпринимательства в различных типах экономик, 2012, %
Источник: APS 2012

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ АКТИВНОСТЬ МИГРАНТОВ

В 2012 г. в проект GEM был включен специальный блок вопросов по иммиграции, посвященный предпринимательской активности и мотивации мигрантов. В большинстве стран сообщество иммигрантов достаточно разнородно с точки зрения причин и обстоятельств их переселения, социо-демографических характеристик и срока пребывания в стране. Различаются мигранты в первом поколении, т.е. те, кто родились в другой стране, но поменяли место жительства, и мигранты во втором поколении, т.е. те, кто родились в стране, где они проживают, и чьи родители родились за ее пределами. Принадлежность к сообществу мигрантов оказывает влияние на предпринимательское поведение. Тем не менее предпринимательская активность и причины вовлеченности в предпринимательскую деятельность связаны не только с личностными характеристиками мигрантов, но и обусловлены институциональными особен-

ностями развития предпринимательства в конкретной стране.

Ранняя предпринимательская активность среди мигрантов в России составляет 7,4%, что выше, чем среди не-мигрантов — 4%. Мигрантов, которые предпринимали в последний год попытки по созданию бизнеса, вдвое больше, чем нарождающихся предпринимателей не-мигрантов — 5,3% против 2,4%, соответственно. Большинство мигрантов (71%), принимая решение о начале собственного дела, используют открывающиеся возможности, в то время как среди не-мигрантов ранних предпринимателей с добровольной мотивацией несколько меньше (62%). Соответственно, вынужденно приходят в бизнес 24% мигрантов и 38% не-мигрантов.

При оценке национальных и культурных особенностей восприятия предпринимательства среди мигрантов и не-мигрантов можно увидеть некоторые

различия (рис. 25). Естественным выглядит тот факт, что ранние предприниматели, которые являются местными жителями, чаще отмечают, что в их ближайшем окружении есть предприниматель — 78% против 57% у мигрантов. Это связано с более тесной включен-

ностью местных предпринимателей в предпринимательские сообщества. Мигранты (90%) выше оценивают свои знания и опыт для начала собственного дела, чем не-мигранты (80%), хотя уровень формального образования у них ниже.

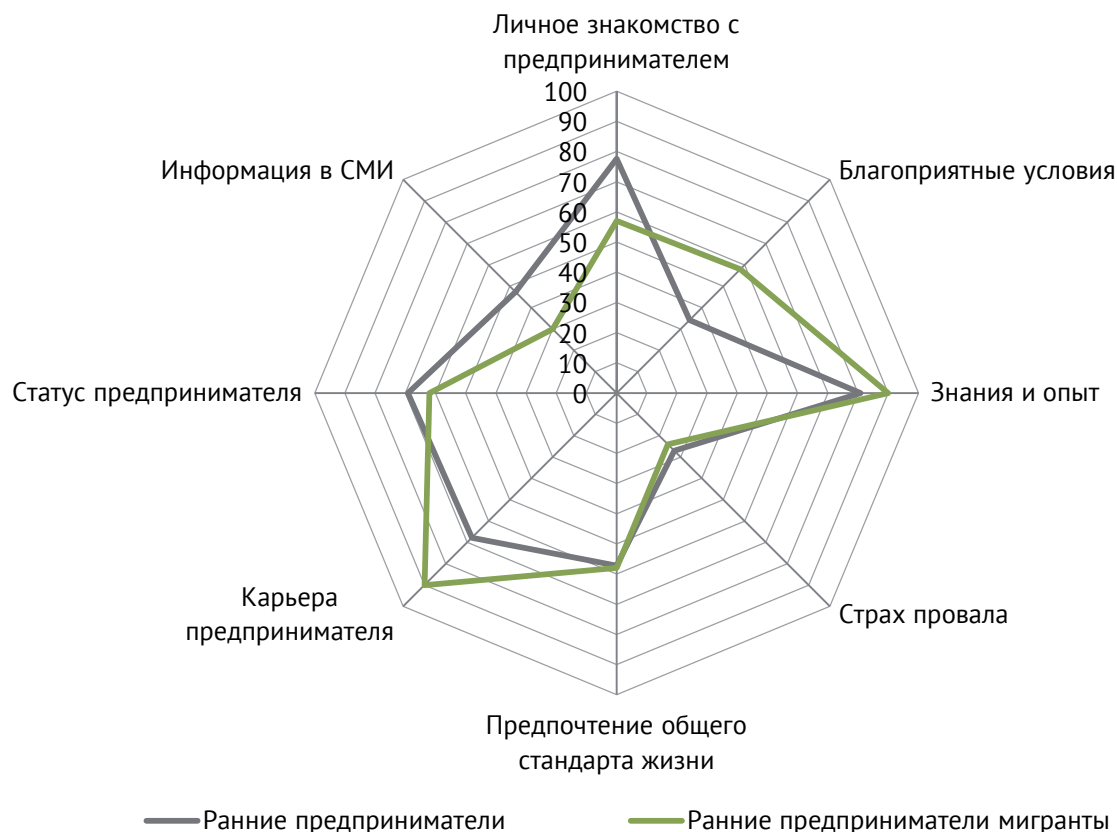


Рис. 25. Оценка национальных и культурных особенностей восприятия предпринимательства среди мигрантов и не-мигрантов, %
Источник: APS Russia 2012

Стоит отметить, что при оценке внешних условий для начала бизнеса в регионе мигранты демонстрируют больший оптимизм. Так, 58% предпринимателей-мигрантов и 34% местных предпринимателей посчитали состояние дел в их регионе благоприятными для создания и развития компаний. Можно предположить, что мигранты сравнивают возможности не столько с развитием инфраструктуры в регионе их сегодняшнего проживания, сколько с развитием институтов и перспективами того региона, которые они покинули в силу ряда обстоятельств. 90% мигрантов высоко оценивают карьеру предпринимателя, при том что существенных различий в оценке статуса предпринимателя в обществе между бизнесменами-мигрантами и местными жителями не наблюдается.

Российские ранние предприниматели не демонстрируют значительной заинтересованности в росте своей фирмы. Это характерно и для мигрантов — практически 50% этой группы отметили, что в ближайшие 5 лет не планируют вообще увеличения численности наемных работников.

Также 88% предпринимателей-мигрантов отметили, что не имеют потребителей за рубежом. Несмотря на то, что, как можно было бы предположить, знание языка, культурных особенностей и институциональных условий стран происхождения позволяет мигрантам находить потребителей и поставщиков за рубежом, уровень интернационализации мигрантов и граждан России одинаков.

ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИЕ УСТРЕМЛЕНИЯ

Предпринимательские устремления характеризуют намерения предпринимателей относительно будущего развития фирмы и отражают качественную природу предпринимательства. Страны различаются между собой не только по уровню предпринимательской активности, но и по тому, как предприниматели внедряют новые продукты, осуществляют производственный процесс, работают на зарубежных рынках, развивают свои предприятия, а также привлекают капитал для

их развития. Амбициозные устремления могут оказать значительное влияние на уровень предпринимательской активности в стране.

В проекте GEM для исследования предпринимательских устремлений используются такие показатели как ожидаемый рост бизнеса, инновационность предпринимательской деятельности и экспортная ориентация.

ИННОВАЦИОННОСТЬ

Важной характеристикой предпринимательства является его инновационность. В рамках проекта ранним и устоявшимся предпринимателям предлагается оценить:

- новизну продукта/услуги, который производит или будет производить предприятие;

- конкурентное окружение, с которым сталкивается фирма;
- новизну используемых технологий.

Оценка новизны продукта или услуги различается среди стран-участниц GEM. Как ранние, так и устоявшиеся предприниматели значительно чаще вовле-

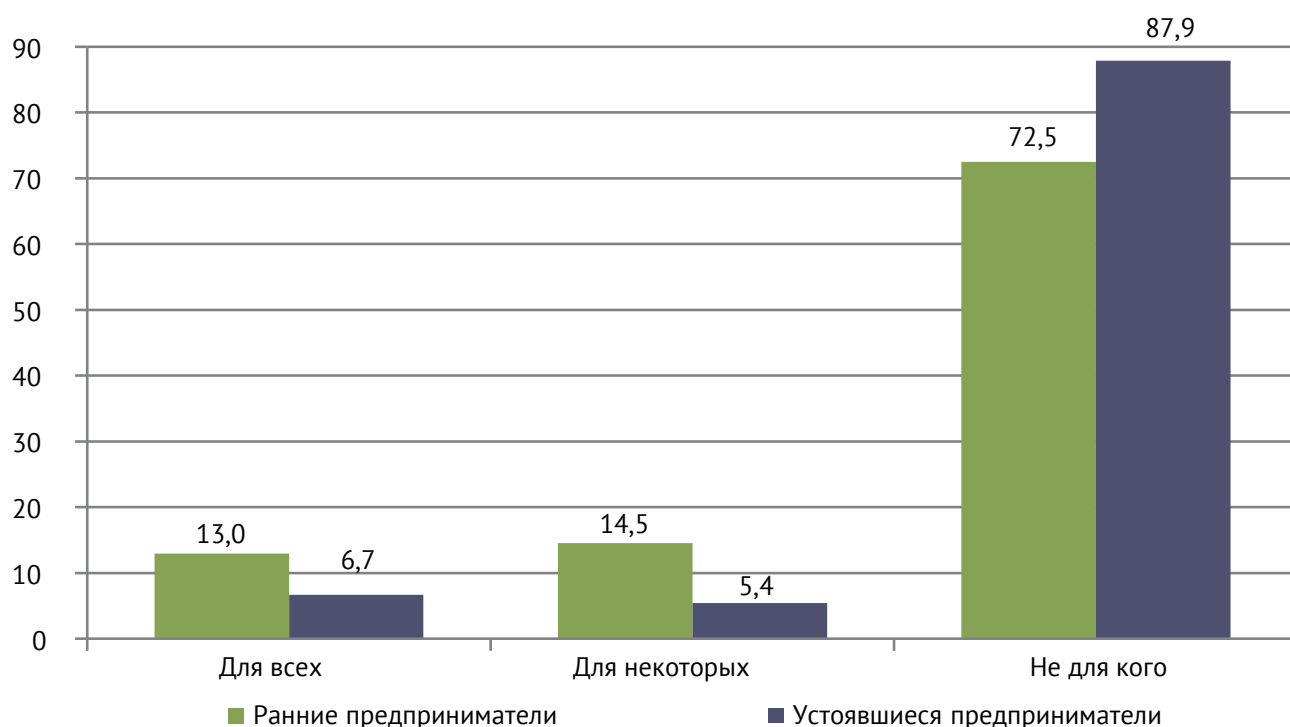


Рис. 26. Новизна продукта/услуг среди ранних и устоявшихся предпринимателей, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

чены в производство уже существующих на рынке товаров. Тем не менее общей тенденцией на протяжении ряда лет является то, что ранние предприниматели более оптимистично оценивают новизну своих товаров и услуг, тогда как среди устоявшихся предпринимателей тех, кто верит в инновационность предлагаемых товаров, значительно меньше. Это может свидетельствовать о том, что ранние предприниматели не располагают достаточными знаниями о рынке для объективной оценки инновационности своих товаров и услуг.

При оценке новизны продукта или услуги, производимой организацией, большинство предпринимателей посчитало, что их продукция не является новой для потребителей. В этом уверены 73% ранних и 88%

устоявшихся предпринимателей (рис. 26). В несомненной новизне своих товаров или услуг уверены только 13% молодых и 7% опытных предпринимателей.

Во всех странах-участницах проекта предприниматели сталкиваются с высококонкурентной средой, и Россия — не исключение. Как уже отмечалось, большинство российских предпринимателей занято в высококонкурентном потребительском секторе, где много компаний предлагают стандартную продукцию, поэтому сталкиваются с интенсивной конкуренцией на рынке (рис. 27). Только 5% ранних и 7% устоявшихся предпринимателей считают, что не существует компаний, которые могут составить им конкуренцию. Такое распределение устойчиво по годам.

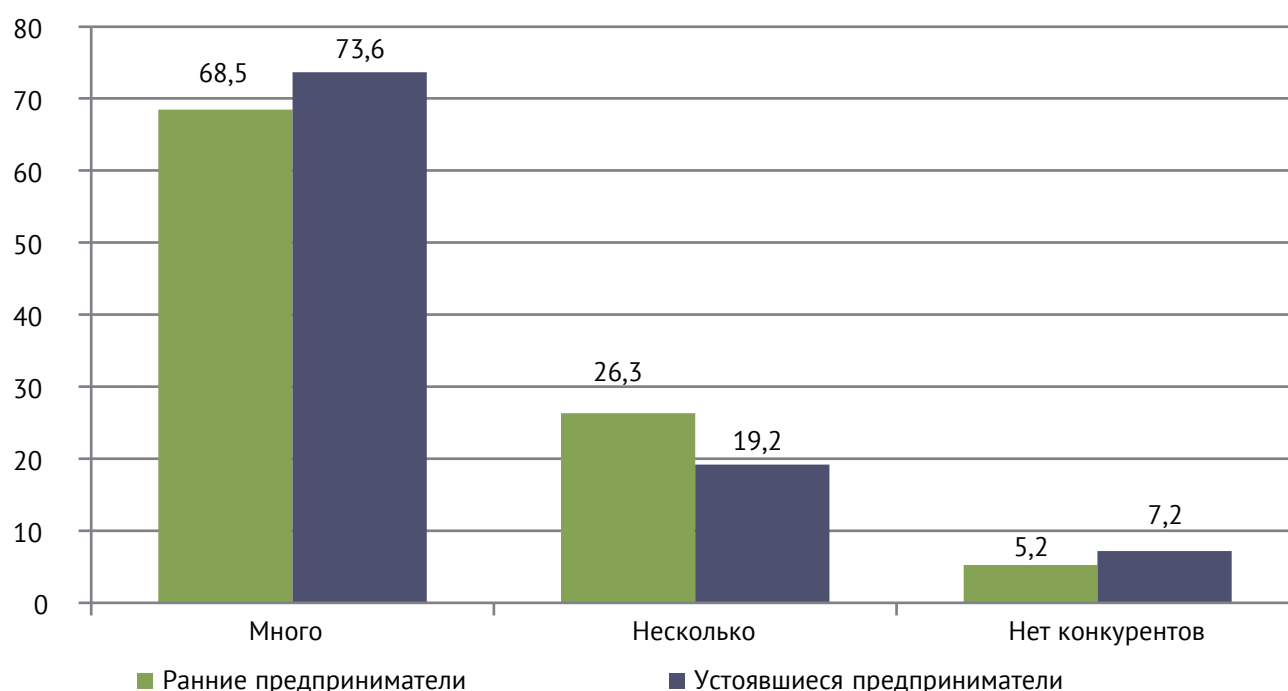


Рис. 27. Конкурентное окружение ранних и устоявшихся предпринимателей, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

Отвечая на вопрос, какие технологии используют предприниматели, также можно отметить единодушные оценок. Только 10% ранних предпринимателей и 6% устоявшихся посчитали, что используют новейшие (менее 1 года) или новые (от 1 до 5 лет) технологии в своем бизнесе (рис. 28). Остальные — более 90% предпринимателей — уверены, что не применяют новейшие или новые технологии на своем предприятии.

Однако не всегда доля тех, кто оценивает свои технологии как новые, свидетельствует об инновационности экономики в целом. Более высокие значения этого показателя в ряде стран с ресурсно- и эф-

фективно-ориентированными экономиками, по сравнению с инновационными экономиками, могут объясняться тем, что технологии, рассматриваемые как новые в первых двух группах стран, не считаются таковыми в развитых экономиках. Кроме того, использование и разработка новых технологий в экономически развитых странах во многом осуществляются крупными компаниями, в то время как в менее развитых странах в процесс технологического развития вовлечены средние и малые компании.

Для измерения инновационного потенциала страны также используется индекс, являющийся

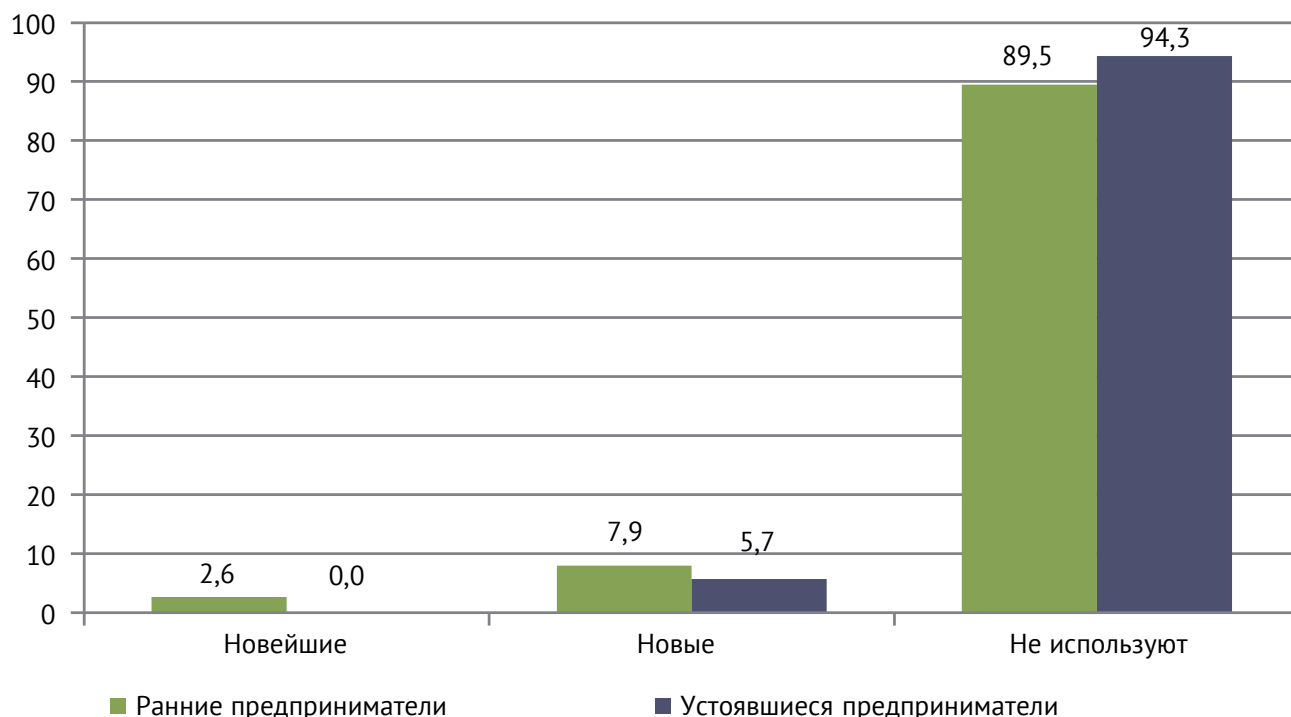


Рис. 28. Использование новейших и новых технологий ранними и устоявшимися предпринимателями, 2012, %
Источник: APS Russia 2012

комбинацией двух описанных показателей инновационности — новизны продукта и интенсивности конкуренции. Этот индекс отражает количество предпринимателей, считающих, что предлагаемый ими продукт или услуга является новым для всех или нескольких потребителей и в то же время у них либо нет, либо мало конкурентов. Значения этого индекса существенно различаются в разных странах.

На рис. 29 представлены значения данного показателя в России и США, а также средние показатели для стран Восточной Европы и стран БРИКС.

Наиболее высокое значение индекса наблюдается в США — стране с развитой культурой предпринимательства, где каждый третий ранний предприниматель характеризует свою продукцию как новую и не имеющую конкурентов. Среди российских ранних предпринимателей только каждый седьмой респондент оценил свою продукцию подобным образом. В странах Восточной Европы в среднем доля ранних предпринимателей, считающих свою компанию инновационной, составляет 26%, а в странах БРИКС — 22%.

Опыт предпринимательской деятельности заставляет предпринимателей более критично оценивать внешнее окружение, поэтому устоявшиеся предприниматели гораздо чаще указывают на возможность столкнуться с конкуренцией в предложении товаров,

чем их коллеги, имеющие меньший опыт предпринимательской деятельности. В России опытные предприниматели в пять раз реже отмечают, что их товар является новым и не имеет конкурентов на рынке.

Инновационный потенциал предпринимательства можно также измерить долей людей, занятых в высокотехнологическом секторе. Рис. 30 отражает активность предпринимателей (ранних и устоявшихся) в технологичных областях.

В инновационно-ориентированных странах вовлеченность в высокотехнологичные сектора значительно выше по сравнению с другими типами экономик. Однако стоит отметить, что в последние годы наметилась общая тенденция к снижению активности предпринимателей в этом секторе в различных типах экономик. Так, в 2010 г. доля предпринимателей в технологичном секторе в инновационных странах составляла 17%, в 2011 г. таких предпринимателей было 15%, а в 2012 г. — 7,6%. В эффективно-ориентированных экономиках в 2010–2011 гг. доля предпринимателей в высокотехнологичных областях составляла 7%, а в 2012 г. — только 3%.

В России в 2012 г. почти 4% ранних предпринимателей отметили, что их бизнес связан с высокими технологиями, среди устоявшихся предпринимателей таких предпринимателей не нашлось.

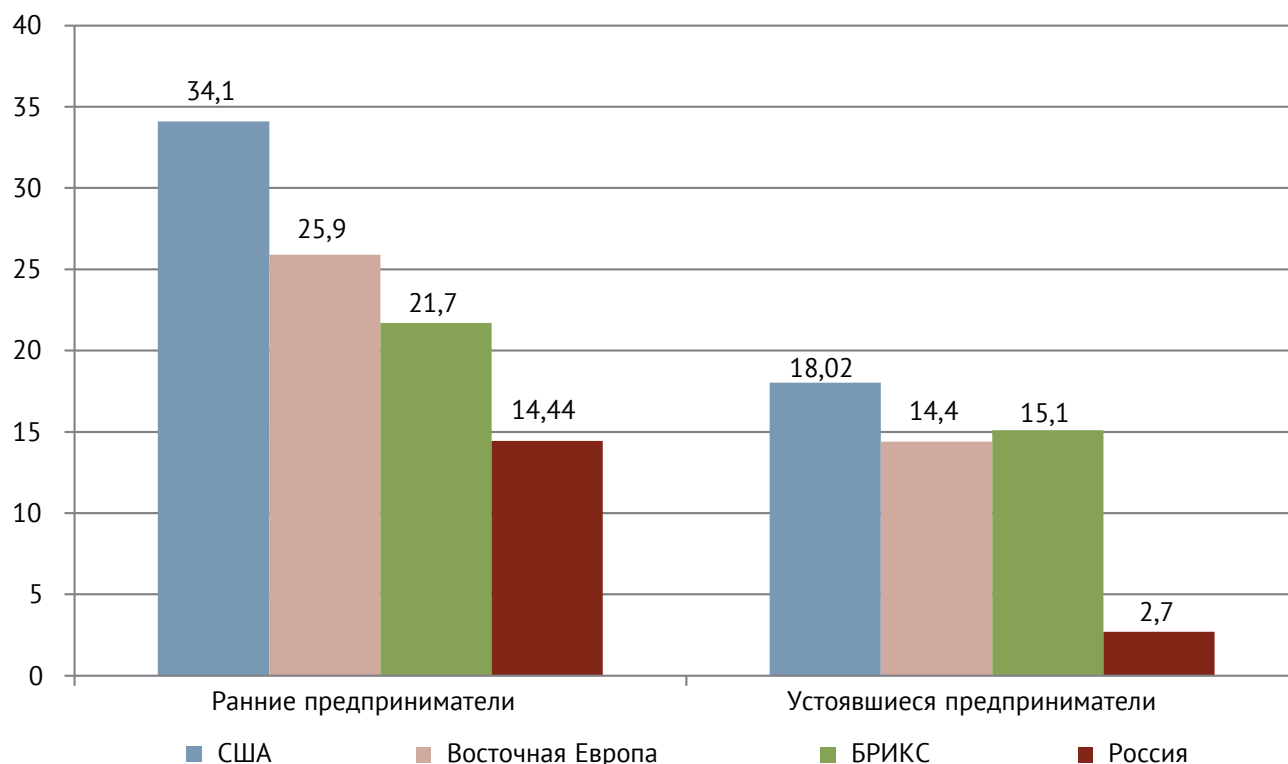


Рис. 29. Индекс новизны продукта/интенсивности конкуренции ранних и устоявшихся предпринимателей по ряду стран, 2012, %

Источник: APS 2012

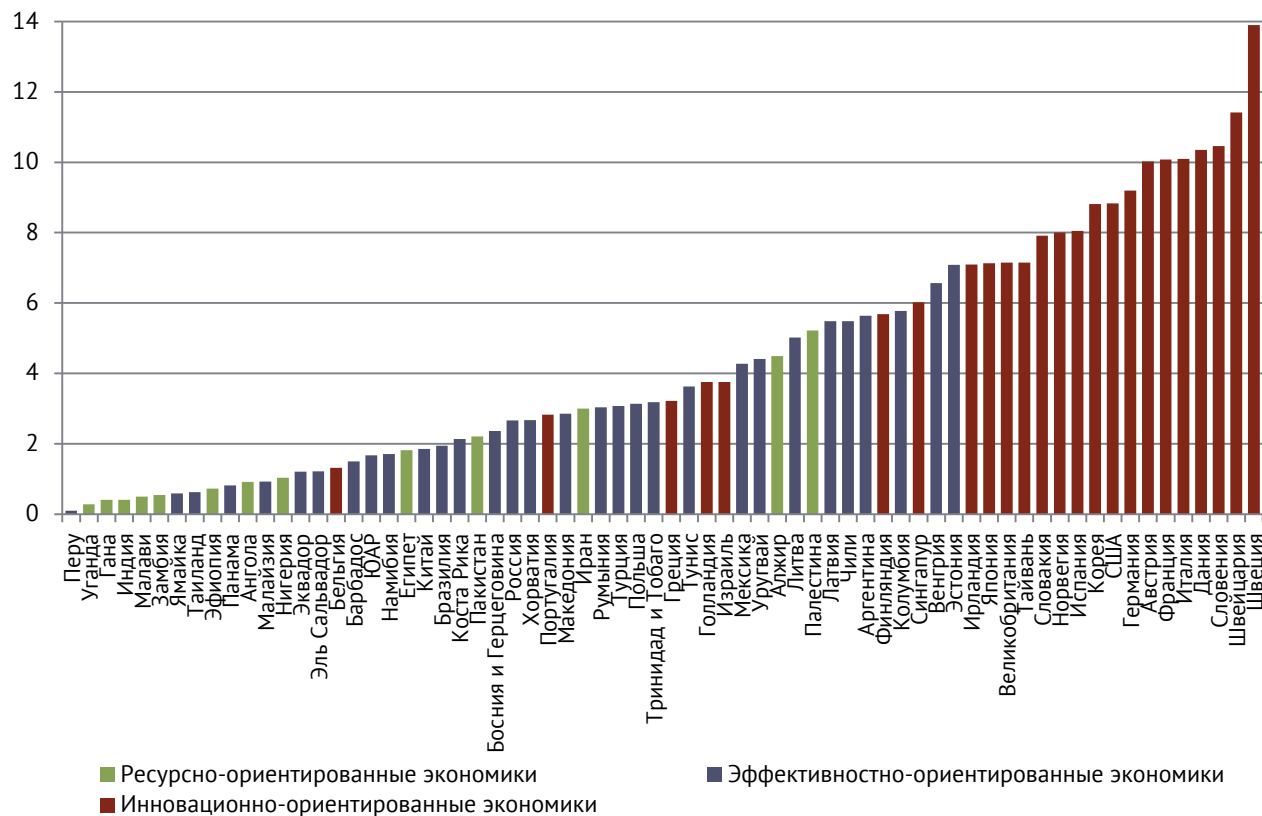


Рис. 30. Активность предпринимателей в высокотехнологичном секторе, 2012, %

Источник: APS 2012

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ С ВЫСОКИМ ПОТЕНЦИАЛОМ РОСТА

Различные предпринимательские фирмы оказывают неодинаковое влияние на экономический рост. Нацеленные на активное развитие компании создают большее количество рабочих мест и, соответственно, вносят больший вклад в экономику страны. Для оценки роста компании в проекте GEM используется показатель создания новых рабочих мест. К быстро растущим компаниям относятся компании, предполагающие создать 20 и более рабочих мест в течение пяти лет после создания бизнеса, а к умеренно растущим – планирующие создать от 5 до 19 рабочих мест. Для уже существующих фирм дополнительным критерием выступает рост числа рабочих мест более чем на 50%.

В 2012 г. большинство как ранних, так и устоявшихся предпринимателей (46% и 42% соответственно) отметили, что планируют создать от 1 до 5 рабочих

мест в течение ближайших пяти лет (рис. 31). Схожие значения данного показателя были зафиксированы и в 2011 г. Однако значительно выросла доля тех предпринимателей, которые вообще не планируют создание новых рабочих мест. Так, доля ранних предпринимателей, не ориентированных на рост, выросла вдвое по сравнению с 2011 г., а среди устоявшихся предпринимателей таких в 3 раза больше.

К компаниям, имеющим стремление к быстрому росту, в 2012 г. можно отнести только 12% ранних и 5% устоявшихся предпринимателей. Это существенно ниже устремлений предпринимателей в 2011 г., когда предприниматели оптимистичнее рассматривали возможность создания более 20 рабочих мест (19% ранних и 24% устоявшихся). Готовность к умеренному росту, т.е. созданию от 6 до 19 рабочих мест, выразили 27% ранних и 21% устоявшихся предпринимателей.

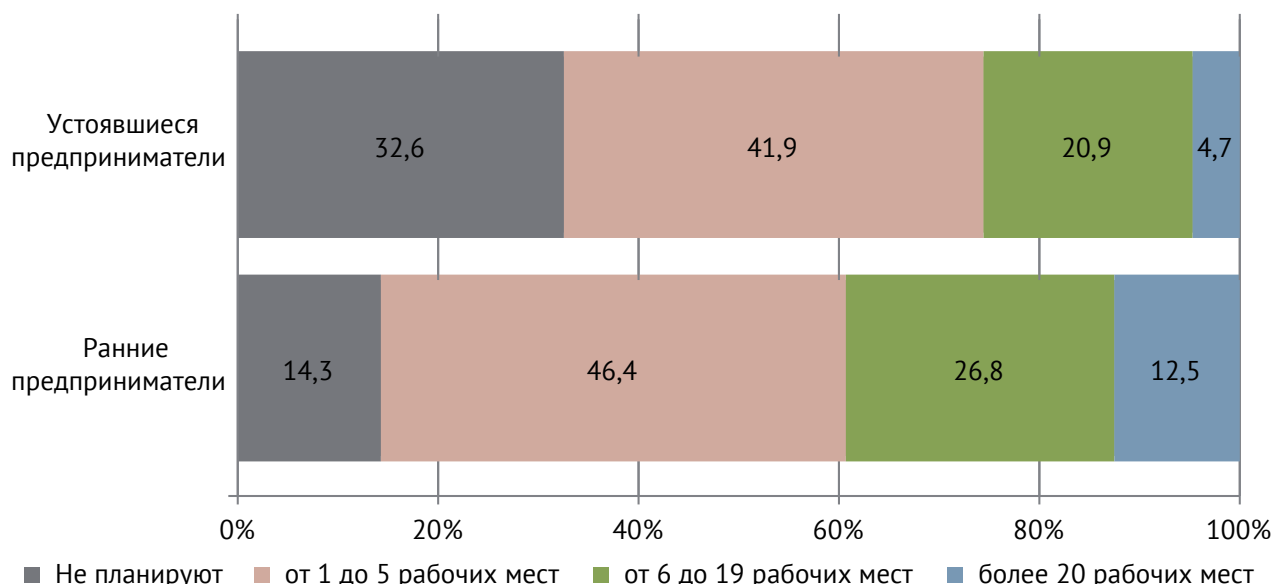


Рис. 31. Распределение предпринимателей в зависимости от планов увеличения рабочих мест в течение 5 лет, 2012, %

Источник: APS Russia 2012

ОРИЕНТАЦИЯ НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК

Еще одной характеристикой предпринимательских устремлений является ориентация на международный рынок. Данный показатель базируется на расчете количества потребителей за пределами страны. При этом принимается во внимание не только экспортная ориентация, но и учитывается наличие иностранных потребителей, покупающих продукцию

по Интернету или во время поездок за границу.

В целом предпринимательские фирмы в ресурсно- и эффективно-ориентированных экономиках по сравнению с развитыми странами имеют меньший уровень интернационализации. Так, в среднем в инновационно-ориентированных странах доля предпринимательских компаний, не имеющих потребителей

за рубежом, составляет практически 45%, в то время как в ресурсно-ориентированных странах — 67%, а в эффективно-ориентированных — 59%.

Россию можно отнести к числу стран с одной из самых низких долей предпринимателей, имеющих потребителей за пределами страны. Более 90% предпринимателей отметили, что ориентированы только на российский рынок, а чуть менее 5% имеют от 1% до 25% зарубежных потребителей.

Большое влияние на международную ориента-

цию оказывает не уровень экономического развития, а размер страны и численность населения. Такие страны, как России, Аргентина, Бразилия, Индия, Китай, характеризуются низкой долей предпринимателей, имеющих потребителей за пределами страны. Высокий уровень интернационализации демонстрируют Сингапур, Швейцария, США среди инновационно-ориентированных стран и Румыния, Латвия и Хорватия — среди эффективно-ориентированных экономик.

ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С БИЗНЕС-ПАРТНЕРАМИ

В 2012 г. в исследовательскую анкету GEM был включен специальный блок вопросов, посвященный взаимодействию предпринимателей с другими компаниями, общественными и частными организациями. Для изучения взаимодействия с бизнес-партнерами предпринимателям задают вопросы о совместной работе

по производству товаров и услуг, совместном поиске поставщиков, совместном сбыте товаров и услуг, а также выявляется интенсивность такого взаимодействия.

Более половины предпринимателей (58% ранних и 51% устоявшихся) взаимодействуют с другими компаниями для производства товаров и услуг (рис. 32).

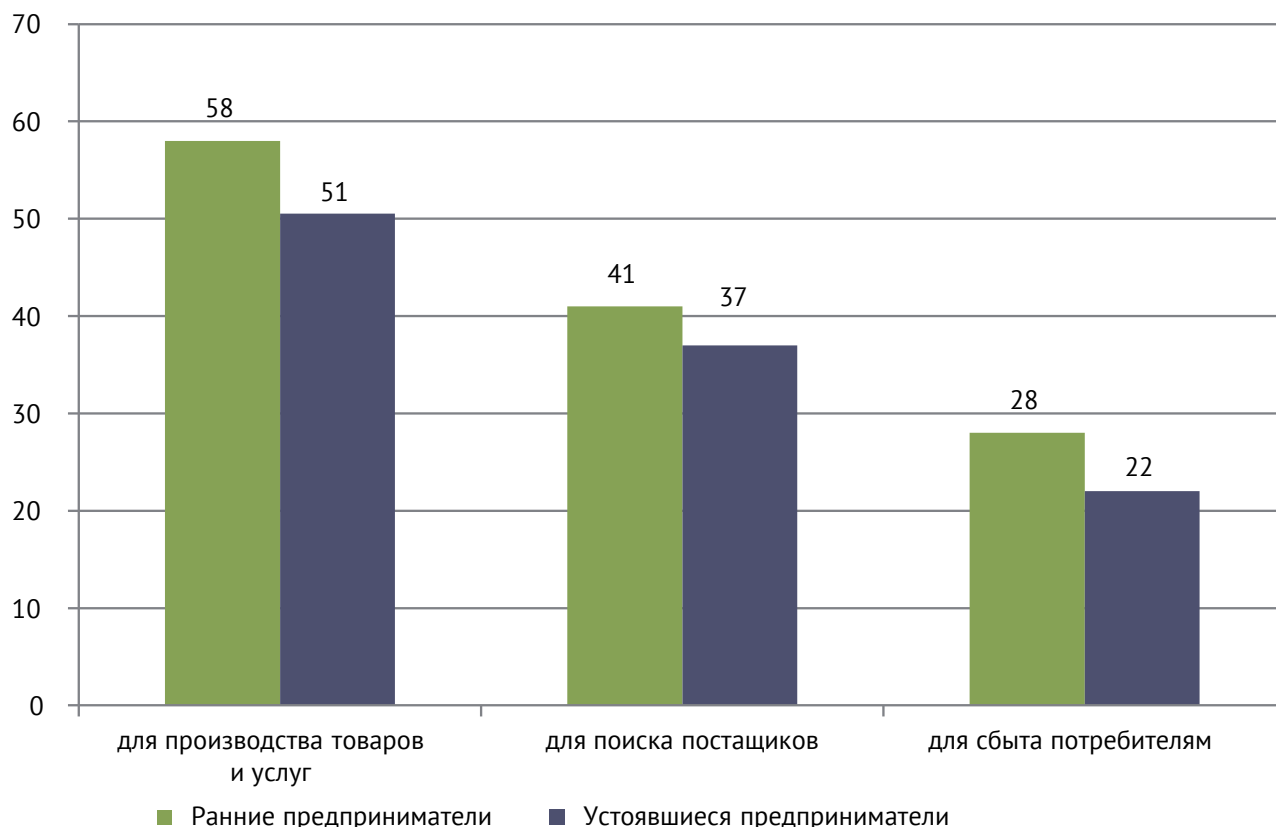


Рис. 32. Взаимодействия с бизнес-партнерами ранних и устоявшихся предпринимателей, %, 2012

Источник: APS Russia 2012

При этом из тех, кто сотрудничает с другими организациями, 72% ранних и 59% устоявшихся предпринимателей считают это взаимодействие интенсивным.

Около 40% предпринимателей объединяются для

поиска поставщиков и в целом считают такое взаимодействие интенсивным. Для сбыта товаров и услуг конечным потребителям кооперируются только 28% ранних и 22% устоявшихся предпринимателей.

АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ УСЛОВИЙ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НА ОСНОВЕ ЭКСПЕРТНЫХ ИНТЕРВЬЮ (NES)

СТРУКТУРНЫЕ УСЛОВИЯ РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Динамика предпринимательства и экономический рост в значительной степени определяются влиянием факторов внешней среды. В проекте GEM основные характеристики социально-экономической среды, способствующие развитию предпринимательской активности, получили название структурных условий предпринимательства (Entrepreneurial Framework Conditions – EFC). Струк-

турные условия предпринимательства являются важнейшим элементом понимания процессов создания бизнеса. Состояние этих факторов напрямую влияет на наличие предпринимательских возможностей во внешней среде, с одной стороны, и готовность и способности населения создавать собственный бизнес, с другой (рис. 33).

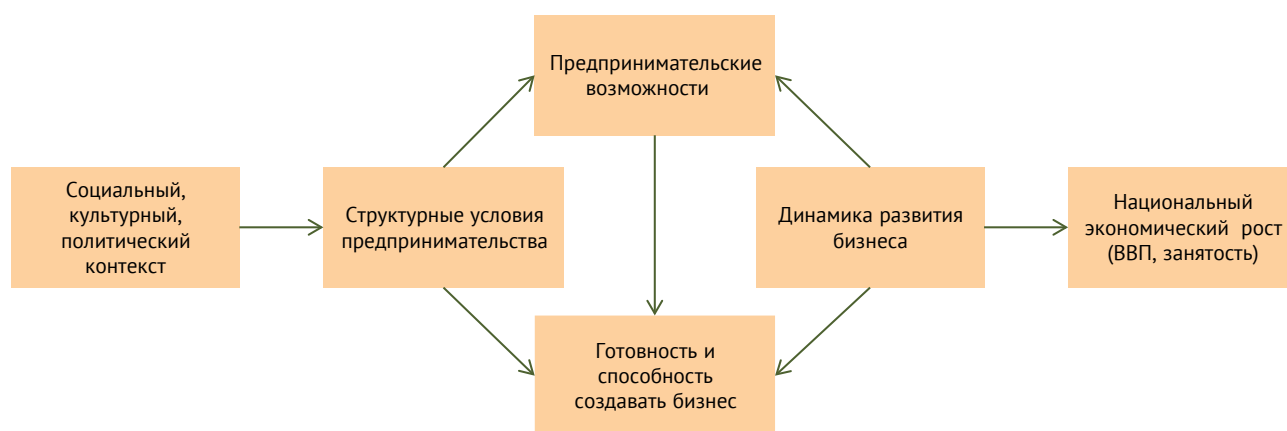


Рис. 33. Влияние предпринимательства на экономический рост

К ключевым структурным условиям предпринимательства в проекте GEM относятся:

- **Финансовая поддержка.** Доступность финансовых ресурсов и поддержка, включая гранты и субсидии новым и развивающимся фирмам. Также исследуются доступность и качество финансовой поддержки: наличие собственного и заемного капитала для предпринимательского старта; принятие предпринимательства финансовым сообществом (на-

пример, знания и навыки для оценки возможностей предпринимательства, оценки бизнес-планов и потребностей малого бизнеса в капитале, готовность к работе с предпринимателями и отношение к рискам).

- **Политика государства.** Региональная и федеральная государственная политика и ее правоприменение в отношении системы налогообложения, государственного регулирования и управления, их зависимость (или независимость) от размеров ком-

паний, а также от того, насколько вышеупомянутые меры экономической политики поддерживают развитие или препятствуют новым фирмам.

- **Государственные программы.** Наличие программ непосредственной поддержки новых и развивающихся фирм на всех уровнях — федеральном, региональном и муниципальном, а также доступность и качество государственных программ; компетентность работников государственных структур и их способность к управлению конкретными программами; эффективность служб.

- **Образование и профессиональная подготовка.** Существующая система подготовки и обучения по созданию и управлению новым или растущим бизнесом включена в общую систему образования и профессиональной подготовки на всех уровнях.

- **Внедрение научно-технических разработок.** Уровень развития научных исследований и разработок, ведущих к созданию в стране новых возможностей для бизнеса, а также доступность научно-технических разработок для новых и развивающихся малых компаний.

- **Коммерческая и профессиональная инфраструктура.** Уровень развития коммерческих, учетных и юридических служб и организаций, оказывающих поддержку новому и растущему малому бизнесу.

- **Открытость рынка/барьеры вхождения на рынок.** Стабильность торговых взаимоотношений и возможность для новых и растущих фирм свободно конкурировать с существующими производителями, субподрядчиками и консультантами и занимать их место. Можно выделить две составляющие в оценке данного структурного условия: во-первых, открытость рынка; во-вторых, степень изменений рынка вследствие глобализации.

- **Доступ к физической инфраструктуре.** Доступность и качество физических ресурсов, включая: средства связи — телефон, почту, Интернет; основные коммунальные услуги; транспорт (дороги, воздушные/морские перевозки); землю, офисные помещения, места для парковки, величину арендной платы; доступность и качество сырья и природных ресурсов.

- **Культурные и социальные нормы.** Существующие социально-культурные нормы, поддерживающие действия индивидуумов, которые приводят к возникновению новых способов ведения деловой и экономической деятельности, а также общее отношение к предпринимательству и предпринимателям.

Для оценки национальных условий развития предпринимательства проводятся **национальные экспертные интервью** (National Expert Survey, NES). Необходимость их проведения объясняется нехваткой данных о специфических факторах, определяющих предпринимательскую среду на межнациональном

уровне. Выборка экспертов должна состоять как минимум из 36 респондентов, при этом область их экспертизы должна быть связана с одним из девяти структурных условий предпринимательства.

Эксперты оценивают по пятибалльной шкале структурные условия развития предпринимательства и определяют факторы, состояние которых положительно и отрицательно влияет на развитие предпринимательства, а также предлагают меры, по их мнению, стимулирующие предпринимательскую деятельность в России. Для оценки каждого структурного условия используются 5—7 вопросов. Например, оценивая доступ к финансированию для предпринимательских фирм, экспертам предлагается оценить доступность различных источников финансирования: собственного капитала, кредитных средств, венчурного капитала, а также правительственных субсидий. Для оценки государственной политики предлагается оценить меры государственной поддержки, с одной стороны, а также сложности регистрации новых компаний и лицензирования их деятельности — с другой.

В 2012 г. в российской экспертной выборке были представлены 36 экспертов. На рис. 34 представлены средние значения² экспертных оценок по ключевым блокам вопросов.

Четыре структурных фактора — состояние физической инфраструктуры, динамика рынков, развитие коммерческой инфраструктуры и профессиональное образование, по мнению экспертов, не оказывают негативного воздействия. Оценка экспертами этих факторов по 5-балльной шкале превысила 2,5. Впервые с момента наблюдений, как считают эксперты, существующие социальные и культурные нормы не мешают развитию предпринимательства в России. Остальные оценки находятся в зоне ниже 2,5 баллов, что говорит о том, что состояние этих факторов тормозит открытие новых компаний и развитие уже существующего бизнеса.

Наивысшую оценку среди экспертов (средний балл — 3,08) получило развитие физической инфраструктуры, однако более детальный анализ данного блока вопросов показывает, что доступность различных элементов инфраструктуры не одинакова (рис. 35). Если услуги связи и прочие средства коммуникаций доступны для вновь создающихся и развивающихся компаний как с точки зрения цены, так и сроков подключения (4,0), то возможность присоединения к электрическим сетям, водоснабжению и другим коммунальным услугам значительно меньше (2,1).

Роль малого бизнеса в экономике связана с тем, что небольшие компании способны чутко реагировать на появляющиеся во внешней среде возможности и предлагать новые товары и услуги. По мнению экспертов, как на рынке потребительских товаров, так

² При расчете средних значений тестировалась согласованность блоков вопросов с помощью критерия альфа Кронбаха. Так, оценка уровня образования и государственной политики не позволила с высокой степенью надежности определить среднее значение по всему блоку вопросов, поэтому соответствующие блоки были разделены на две подгруппы.

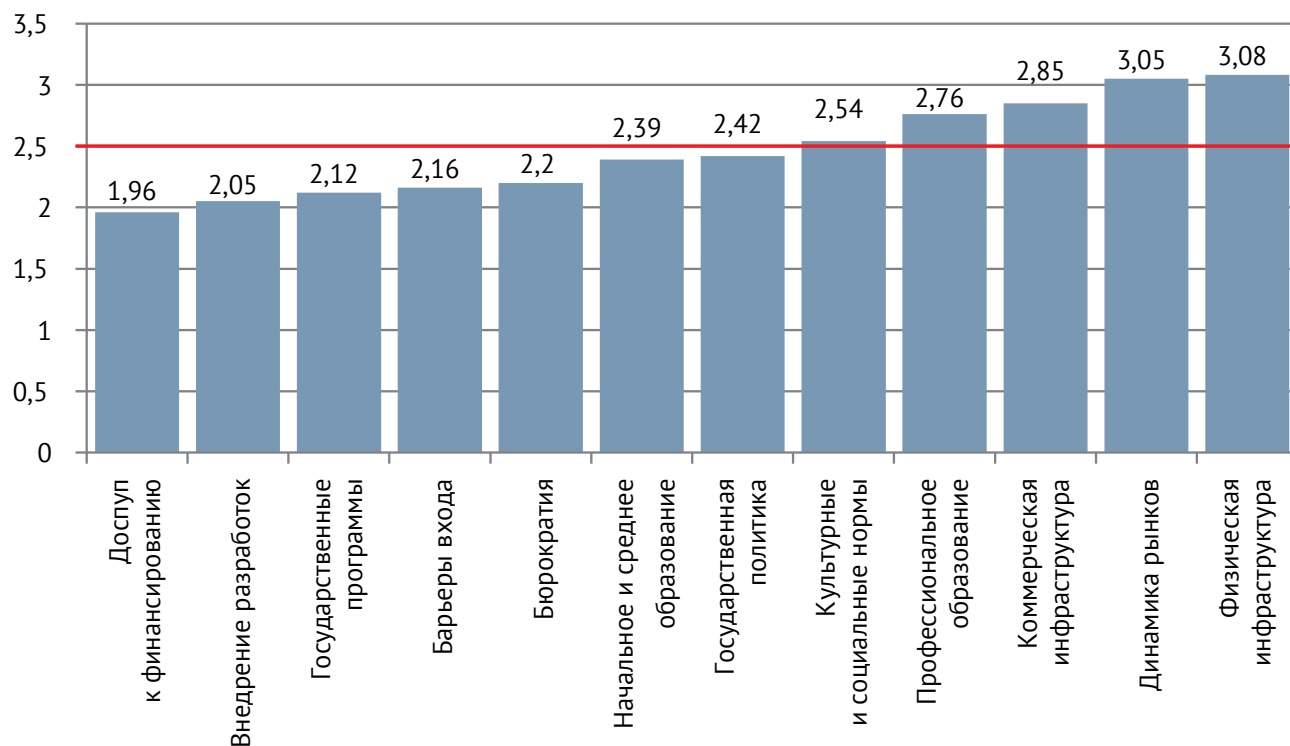


Рис. 34. Средние значения экспертных оценок структурных факторов предпринимательства в России, 2012
Источник: NES Russia 2012



Рис. 35. Оценка экспертами элементов физической инфраструктуры, 2012
Источник: NES Russia 2012

и на рынке B2B ежегодно происходят изменения, порождающие новые бизнес идеи.

Если динамика рынка потребительских товаров и услуг оценивается российскими экспертами положительно, то барьеры входа, на их взгляд, становятся существенным препятствием при освоении компаниями новых рынков (2,16). Новые и растущие фирмы испытывают противодействие со стороны компаний, утвердившихся на рынке (1,89). Высокие издержки выхода на новые рынки, наряду с неэффективным применением антимонопольного законодательства, приводят к тому, что выживаемость малых и растущих компаний невелика.

Развитие коммерческой инфраструктуры не мешает развитию предпринимательства. Однако, так же как и при оценке физической инфраструктуры, эксперты посчитали, что различные элементы влияют не одинаково. Наиболее доступны для новых и растущих компаний качественные банковское обслуживание (3,94) и юридические и бухгалтерские услуги (3,39). В то же время поиск субподрядчиков и поставщиков является проблемой для молодых компаний (2,31). Кроме того, не все фирмы в состоянии оплатить их услуги (2,0).

Система профессиональной переподготовки (3,06) и бизнес-образование (3,03) получили высокие оценки у экспертов. Вместе с тем система высшего образования не развивает предпринимательские навыки (2,27). Еще хуже обстоит дело с существующей системой начального и среднего образования (2,13), которая, по мнению экспертов, не позволяет получить школьникам знания, необходимые для открытия собственного дела (2,5), а также не поощряет в достаточной мере творческий подход учащихся и личную инициативу (2,56).

Традиционно в качестве фактора, негативно влияющего на развитие предпринимательства в стране, эксперты называют реализацию государственной политики (средний балл – 2,42). Критическими факторами при этом они считают длительность получения большинства необходимых разрешений и лицензии (1,5), а также последовательность политики государства по отношению к малым и растущим фирмам (2,0). На этом фоне относительно благополучно выглядят оценки приоритетности задач поддержки новых и растущих фирм федеральными (2,64) и местными органами власти (2,56). Действующие предприниматели менее оптимистично оценивают государственную политику в этом вопросе по сравнению с другими категориями экспертов. Практика налогообложения и других видов государственного регулирования в отношении новых и растущих фирм не представляется экспертам в достаточной мере последовательной (2,64).

Многие эксперты ставят под сомнение эффективность государственных программ, направленных непосредственно на поддержку малого бизнеса (2,12). Эксперты считают, что несмотря на достаточное количество существующих программ поддержки, получить их, обратившись в одну организацию, практически невозможно (1,8). Кроме того, эксперты поставили под сомнение компетентность чиновников в государственных учреждениях, занимающихся поддержкой малых и растущих компаний (1,74). Среди программ поддержки наиболее высокую оценку получила деятельность технопарков и бизнес-инкубаторов (2,63). Существенным тормозом для развития предпринимательства в России, по мнению экспертов, является высокий уровень бюрократии (2,17).

Низкая доступность финансовых ресурсов для новых и растущих компаний является одной из самых острых проблем российского предпринимательства. Оценивая доступность финансирования, эксперты полагают, что предпринимательские фирмы испытывают недостаток в собственном капитале и им сложно получить доступ к государственным субсидиям. Практически недоступно для молодых компаний получение инвестиций за счет размещения акций на рынке. Все эти факторы получили оценку от 1,68 до 1,92 по 5-балльной шкале. Источником финансирования, который более доступен для предпринимателей, эксперты называют средства, привлекаемые из частных источников: друзей, родственников и коллег (2,34). Кроме того, на взгляд экспертов, предприниматели могут привлекать венчурный капитал (2,0).

Несмотря на внимание, которое уделялось последние годы модернизации экономики, внедрение научно-технических разработок и их использование в практике деятельности малых и растущих компаний, по-прежнему не способствует развитию бизнеса. По мнению экспертов, существующая система государственных субсидий не позволяет новым и растущим фирмам приобретать новые технологии (1,77), кроме того, не каждая фирма может себе это позволить (1,91). Помимо этого отсутствует эффективный способ передачи новых научных знаний от университетов и исследовательских центров малым компаниям (2,13), а крупные сформировавшиеся компании имеют больший доступ к новым технологиям и результатам научных исследований по сравнению с новыми и растущими компаниями.

Блоки вопросов экспертных интервью не ограничиваются изучением структурных факторов. В анкету включены вопросы, аналогичные используемым для изучения отношения к предпринимательству в обществе в опросах взрослого трудоспособного населения. Среди них такие факторы, как изучение

возможностей создания нового бизнеса, оценка необходимых для создания новых предприятий умений и знаний, оценка социального имиджа предпринимателя.

Оценивая существование возможностей для создания нового бизнеса, эксперты продемонстрировали оптимизм. При этом таких возможностей, по их мнению, больше, чем людей, желающих ими воспользоваться. Кроме того, они отметили увеличение количества возможностей для новых фирм за последние пять лет. При этом людей, которые могут с легкостью реализовать эти возможности, не достаточно.

При анализе результатов опроса взрослого трудоспособного населения было выявлено, что не предпринимательская часть населения крайне низко оценивает свои знания и навыки для начала собственного дела. Эксперты также считают, что большинство людей не знает, как создать предприятие и управлять им и не умеет быстро реагировать на открывающиеся возможности и привлекать ресурсы, необходимые для нового бизнеса. Средние оценки по этим факторам составляют от 1,97 до 2,19 балла.

Отдельный блок экспертных интервью посвящен защите прав интеллектуальной собственности. Эксперты считают, что законодательство в данной области не является исчерпывающим, а правоприменение — эффективным. Новым и растущим фирмам сложно рассчитывать на строгое соблюдение авторских прав.

Последние блоки вопросов посвящены отдельным аспектам развития предпринимательства, таким как женское предпринимательство, предпринимательская деятельность с высоким потенциалом роста, инновационность фирм, иммиграция и система деловых отношений.

Эксперты не считают, что существуют особые препятствия для женщин, стремящихся создать собственный бизнес. Мужчины и женщины в равной степени могут основать собственный бизнес (4,22). Способность воспользоваться возможностью не зависит от гендерных факторов, с этим согласилось большинство экспертов (4,0). Однако, на их взгляд, в обществе нет заинтересованности к вовлечению женщин в создание собственного бизнеса.

Одной из заявленных задач экономической политики России на ближайшие годы является создание 20 млн высокотехнологичных рабочих мест, поэтому особый интерес представляют компании с высоким потенциалом роста. Эксперты считают, что политики осознают важность предпринимательской деятельности с высоким потенциалом роста (3,0). Однако количество инициатив, специально направленных на поддержку компаний с потенциалом роста и компетентность людей, занятых поддержкой интенсивно

растущих компаний, не велико (2,4 и 2,5, соответственно).

Относительно высокие оценки экспертов по вопросам, характеризующим динамику рынков, подтверждают и ответы на вопросы, связанные с заинтересованностью производителей и потребителей производить (3,4) и использовать (3,6) инновационные продукты.

Новым для экспертных интервью было включение в анкету вопросов, касающихся иммиграции. Задачей этого блока было выявление возможностей мигрантов создавать свой бизнес наравне с уроженцами России. Эксперты считают, что правовое регулирование предпринимательской активности иммигрантов, приезжающих из развивающихся стран, не является адекватным (2,4). Чуть лучше дело обстоит с иммигрантами из развитых стран (2,8). Кроме того, иностранцы из развивающихся стран испытывают больше формальных ограничений при создании новой компании и при получении финансирования по сравнению с местными жителями.

Одна из мер по поддержке предпринимательства, анонсированная в 2012 г., касается облегчения для компаний малого бизнеса участия в поставках продукции для крупных компаний. По мнению экспертов, предприниматели видят очевидные преимущества в сотрудничестве с другими компаниями (3,7). Тем не менее эксперты считают, что деятельность местных государственных учреждений (2,4) и федеральных органов власти (2,5) не в полной мере направлены на продвижение и поддержку сотрудничества компаний. Одной из черт российской экономики является значимость неформальных соглашений, которые, по мнению экспертов, считаются предпринимателями более эффективными по сравнению с контрактными отношениями (3,7).

Результаты проводимых экспертных интервью показывают, что на протяжении последних лет количественные оценки структурных условий предпринимательства достаточно стабильны. Это касается не только значений, характеризующих состояние различных условий внешней среды, но и структуры их распределения. Среди факторов, которые не мешают открытию нового бизнеса и его развитию, называются физическая и коммерческая инфраструктура, состояние рынков товаров и профессиональное образование. По мнению экспертов, совершенствование условий для развития малого бизнеса в России в первую очередь должно быть связано с обеспечением доступа к финансированию и развитие государственных программ по поддержке малого предпринимательства, снижением бюрократической нагрузки и облегчением входа на рынки.

ФАКТОРЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ И ПРЕПЯТСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В РОССИИ

Помимо количественной оценки структурных условий развития предпринимательства эксперты выделяют факторы, препятствующие и способствующие улучшению предпринимательского климата в стране, а также предлагают рекомендации по совершенствованию ситуации.

На рис. 36 представлены факторы, негативно воздействующие на развитие предпринимательства в порядке частоты упоминания фактора среди структурных условий предпринимательства.



Рис. 36. Факторы, негативно влияющие на развитие предпринимательства в России, 2012

Источник: NES Russia 2012

Самым часто упоминаемым экспертами фактором, негативно влияющим на развитие предпринимательства в стране, оказалась политика государства. Причем такая ситуация повторяется на протяжении всех лет проведения экспертных интервью. Эксперты отмечают *«отсутствие прозрачных правил и логики взаимодействия компаний с государством»*, *«неоднозначность и неопределенность законодательной базы»*, *«отставание нормативно-правовой базы от требований рынка»*, а также сложности с правоприменением законов, порождаемые низкой компетентностью чиновников и высоким уровнем бюрократии.

Эксперты также считают общий социально-политический климат неблагоприятным для развития предпринимательства в стране. Во многом это связано с неэффективным государственным управлением и разрывом между словом и делом. На протяжении последних лет исследований эксперты, в первую очередь предприниматели, все чаще упоминают корруп-

цию как фактор, препятствующий ведению бизнеса в стране.

Доступ к финансированию для новых компаний, по мнению экспертов, затруднен из-за высоких процентных ставок по кредитам, а также связан с *«отсутствием адекватных кредитных программ для нового бизнеса»*.

Среди препятствующих развитию предпринимательства факторов эксперты также отметили национальные культурные особенности, которые обуславливаются относительно недавним переходом страны на рыночный путь развития и *«отсутствием преемственности поколений предпринимателей»*. Кроме того, *«в обществе недостаточно культивируется образ успешного предпринимателя, что приводит к формированию предпочтений среди молодежи в пользу государственной службы и работы в крупных компаниях»*.

Несмотря на критику государственной политики

в области предпринимательства и существующих программ, эксперты считают, что «государство на федеральном и в значительной степени региональном уровнях идеологически поддерживает развитие частного предпринимательского сектора». В последние годы «значительно выросло количество мер государственной поддержки, хотя их количество по-прежнему не покрывает все потребности нового и растущего бизнеса». Кроме того, стимулирующее воздействие на развитие предпринимательства оказывает большой потенциал рынков в различных сферах на фоне недостаточности предложений качественных товаров и услуг.

Выделяя рекомендации к улучшению предпринимательского климата, эксперты сформировали ряд предложений (рис. 37). Большинство рекомендаций

тем или иным образом направлены на совершенствование законодательства в части снятия барьеров, снижение стоимости «входных билетов» в контрактную систему, формирование адекватной налоговой и финансовой политики. Кроме того, эксперты считают необходимым реализовывать последовательную идеологическую и образовательную политику по созданию предпринимательской культуры. В обществе должен быть создан образ успешного предпринимателя, с одной стороны, и система образования должна обеспечить формирование предпринимательских навыков у бизнес-управленцев – с другой. Серьезного внимания заслуживает развитие индивидуальных творческих способностей школьников и студентов и вовлечение их в предпринимательство.

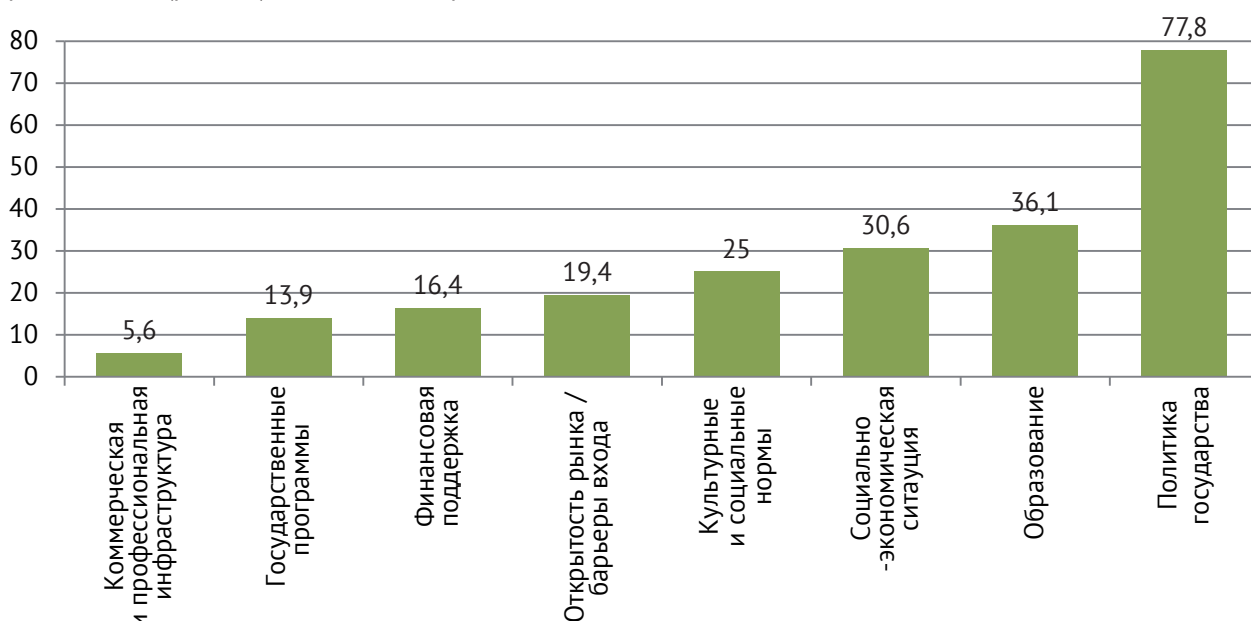


Рис. 37. Рекомендации экспертов по улучшению предпринимательского климата в России, 2012, %
Источник: NES Russia 2012

СТРУКТУРНЫЕ УСЛОВИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА В МЕЖДУНАРОДНОМ СОПОСТАВЛЕНИИ

Использование унифицированной анкеты для разных стран позволяет оценивать состояние структурных условий в странах-участниках проекта. Давать рекомендации, основываясь на данных оценках, не представляется возможным, поскольку они характеризуют структурные условия внутри страны и одинаковое значение оценки того или иного условия в разных странах может не отражать качественного уровня его развития.

В то же время исследования показывают, что средние значения оценок структурных факторов выше в группе инновационно-ориентированных стран. На рис. 38 и 39 приведены экспертные оценки состояния предпринимательских институтов в России и средних

значений по группе инновационно-ориентированных стран.

На рис. 38 представлены оценки тех структурных условий, состояние которых, по мнению экспертов, в России является тормозом для развития предпринимательства. Очевидно, что разрыв в состоянии институтов развития предпринимательства существен. Состояние таких условий, как доступ к финансированию, внедрение научно-технических разработок, государственные программы, барьеры входа, бюрократия и государственная политика, на сегодняшний день значительно хуже, чем в экономически развитых странах.

На рис. 39 приведено сравнение по тем структур-



Рис. 38. Структурные факторы предпринимательства в России и инновационно-ориентированных странах, (1), 2012
Источник: NES 2012

Примечание: Значения показателей основаны на z-scores (стандартизированные значения).

ным условиям, влияние которых на предпринимательство в России положительно. Оценка состояния рынков и уровня профессионального образования

одинаковы в России и в развитых странах. Несмотря на высокие оценки российскими экспертами уровня развития физической инфраструктуры, отставание

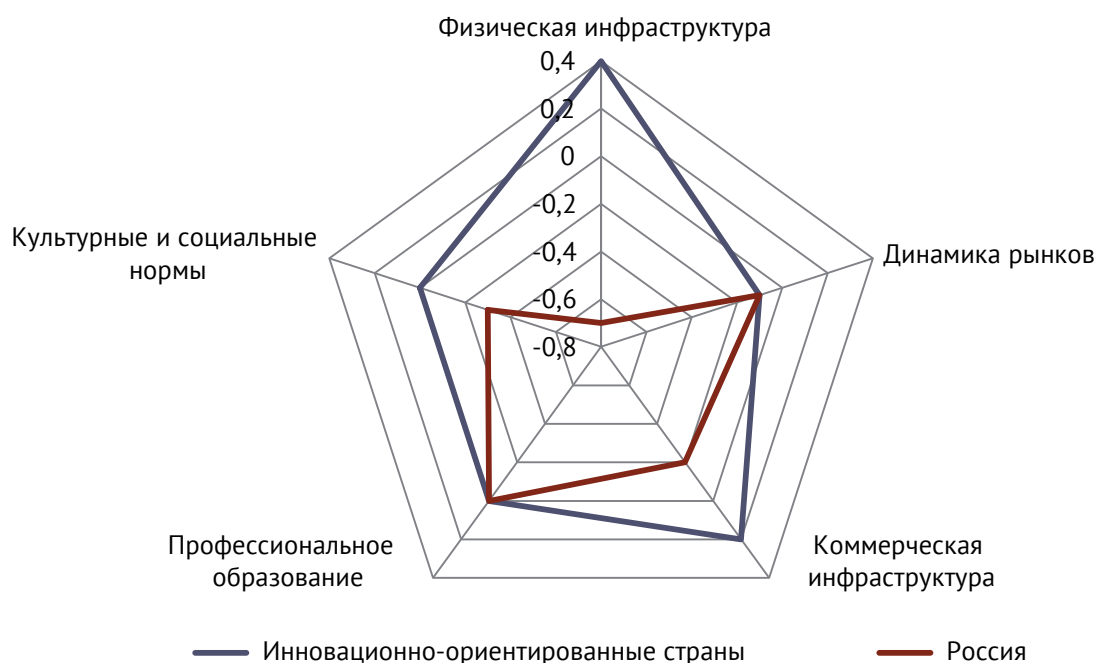


Рис. 39. Структурные факторы предпринимательства в России и инновационно-ориентированных странах, (2), 2012
Источник: NES 2012

Примечание: Значения показателей основаны на z-scores (стандартизированные значения).

оценок в России от оценок инновационно-ориентированных стран достаточно существенно.

Межстрановое сравнение показывает, что по ряду факторов, таких как образование, динамика рынков, коммерческая инфраструктура, культурные и социальные нормы, не наблюдается зависимость между уровнем развития экономики страны и состоянием структурного условия предпринимательства. Ряд других факторов, наоборот, имеют более высокие оценки в странах с инновационно-ориентированной эконо-

микой по сравнению с другими типами экономик.

Распределение оценок доступности финансовых ресурсов представлены на рис. 40. Наиболее низкие оценки наблюдаются в Греции. Россия, в которой также отмечается незрелость финансовых институтов, со седствует по этому фактору со странами Центральной Америки и Южной Африки.

Существенные различия в зависимости от уровня экономического развития страны наблюдаются при анализе оценок по защите прав интеллектуальной

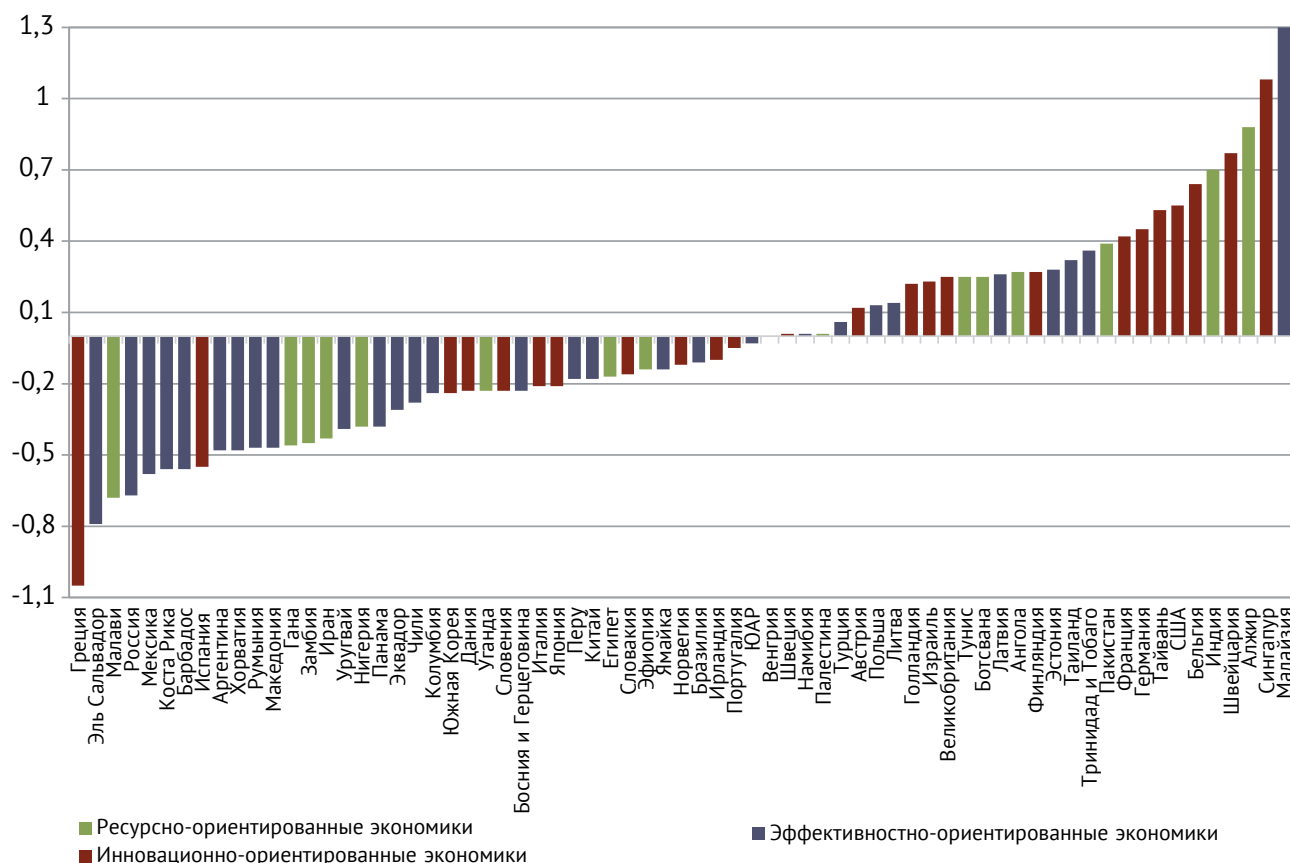


Рис. 40. Доступ к финансированию в странах-участниках проекта, 2012

Источник: NES 2012

собственности. На рис. 41 показано, что эксперты в инновационно-ориентированных экономиках находят законодательство в области прав интеллектуальной собственности и его применение в большей или меньшей степени эффективным и способствующим развитию предпринимательства. Среди этой группы стран исключение составляют лишь Греция, Испания и Италия. В большинстве же эффективно- и ресурсно-ориентированных экономик, по мнению экспертов, отсутствие механизмов защиты прав интеллектуальной собственности или их незрелость отрицательно сказывается на предпринимательской активности граждан этих стран.

При оценке доступности научно-исследовательских разработок для малых и растущих компаний также видны различия в зависимости от уровня экономического развития (рис. 42). Эксперты в большин-

стве инновационно-ориентированных стран считают, что внедрение научно-технических разработок в целом способствует развитию предпринимательства. Исключение составляют Словакия, Греция, Испания и Словения. Лучший доступ к инновациям имеют новые и растущие компании Швейцарии и Голландии.

Таковую же закономерность можно увидеть при анализе влияния государственных программ на развитие предпринимательства: в большинстве инновационно-ориентированных стран существует широкий спектр доступной государственной поддержки новых и развивающихся компаний. Исключение составляют Греция, Италия и Словакия. Большинство ресурсно-ориентированных, а также эффективно-ориентированных стран, включая Россию, не видят достаточной развитости и эффективности государственных программ.

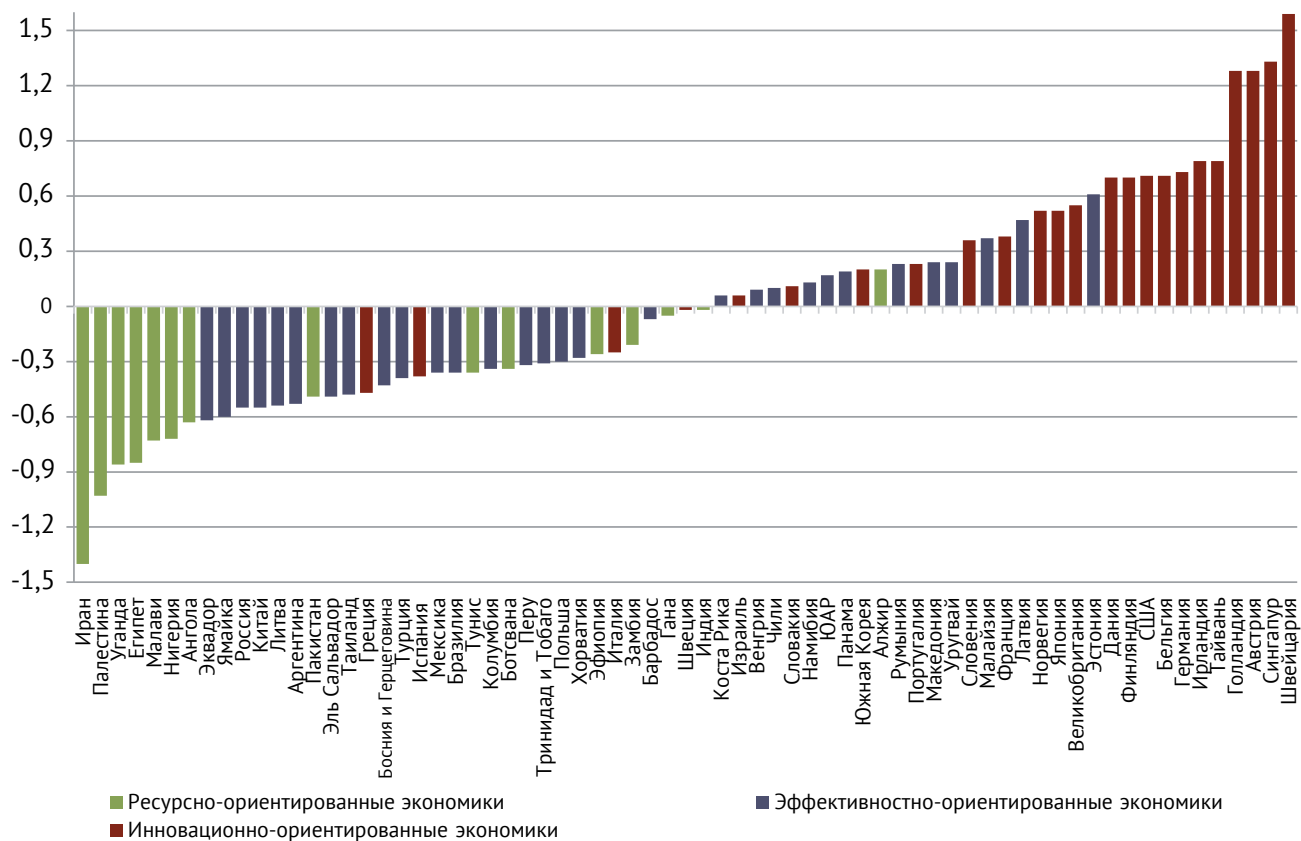


Рис. 41. Защита прав интеллектуальной собственности в странах-участницах проекта, 2012
Источник: NES 2012

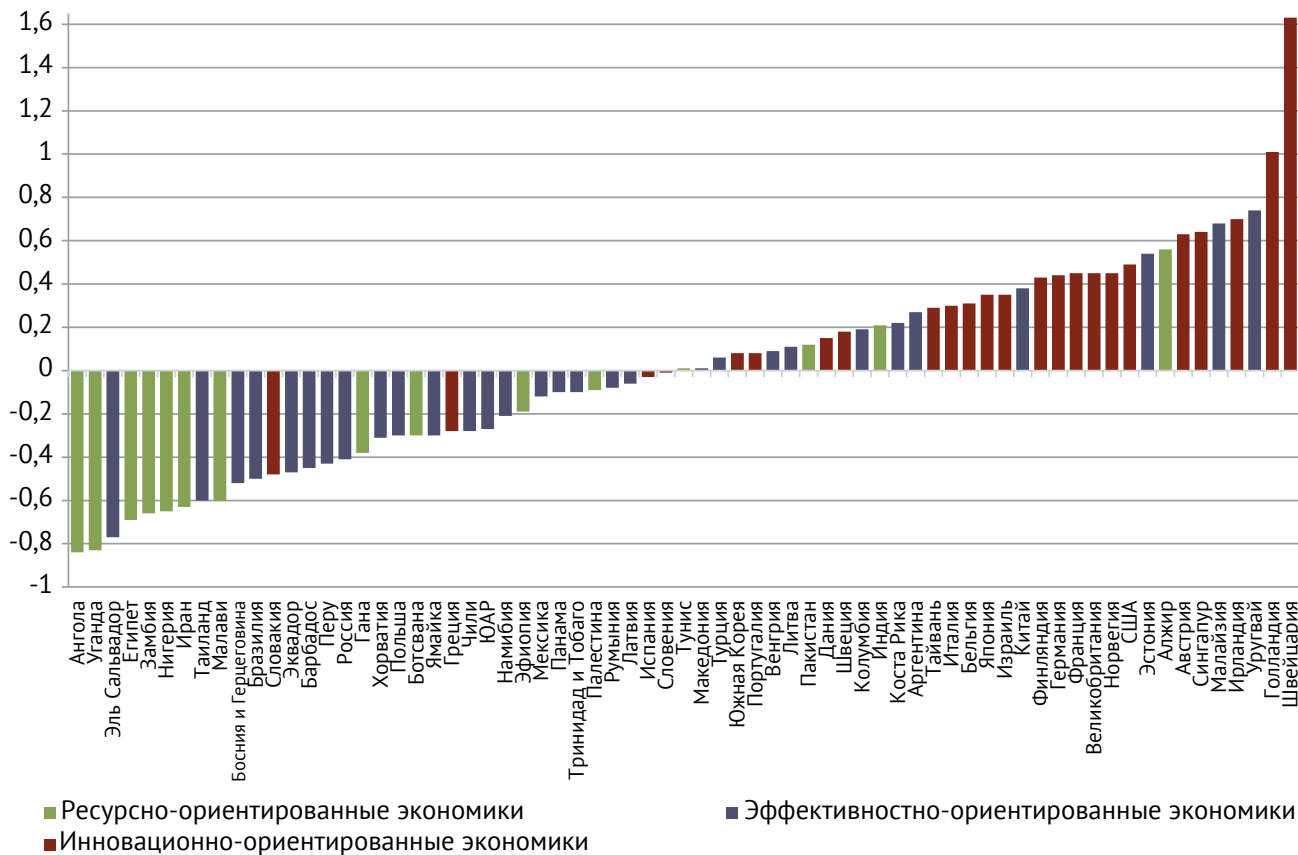


Рис. 42. Внедрение научно-технических разработок в странах-участницах проекта, 2012
Источник: NES 2012

ПРЕДПРИНИМАТЕЛИ: РЕЗУЛЬТАТЫ ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В 2012 г. было проведено дополнительное исследование 500 предпринимателей (Entrepreneurs Survey, ES), имеющих собственный бизнес, которым они владеют единолично или совместно с другими предпринимателями. Объектом исследования являлись предприятия малого и среднего бизнеса с численностью занятых до 100 чел. и индивидуальный бизнес. Предприятия и индивидуальные предприниматели отбирались из баз данных и методом снежного кома. Опрос проходил в 6 городах России: Санкт-Петербург, Москва, Екатеринбург, Казань, Ростов-на-Дону, Калуга.

Гендерная структура выборки предпринимателей: мужчины составляют 48,8%, женщины – 51,2%. Для того чтобы обеспечить представительство предпринимателей из разных сфер деятельности, предприниматели квотировались по видам деятельности, исходя из существующего распределения малого и среднего бизнеса в городах РФ (по данным Росстата РФ). Исследование проводилось по анкете, используемой для опроса взрослого трудоспособного населения (APS), которая была адаптирована для опроса предпринимателей.

Большинство предпринимателей мотивированы желанием использовать открывающиеся во внешней среде возможности. Их как среди ранних, так и среди устоявшихся предпринимателей оказалось около 50%. Еще 17% предпринимателей отметили, что, по-

мимо желания использовать возможности, заняться предпринимательством их заставляет отсутствие других вариантов получения дохода. Около 30% являются вынужденными предпринимателями.

На структуру мотивации влияет наличие неудачных

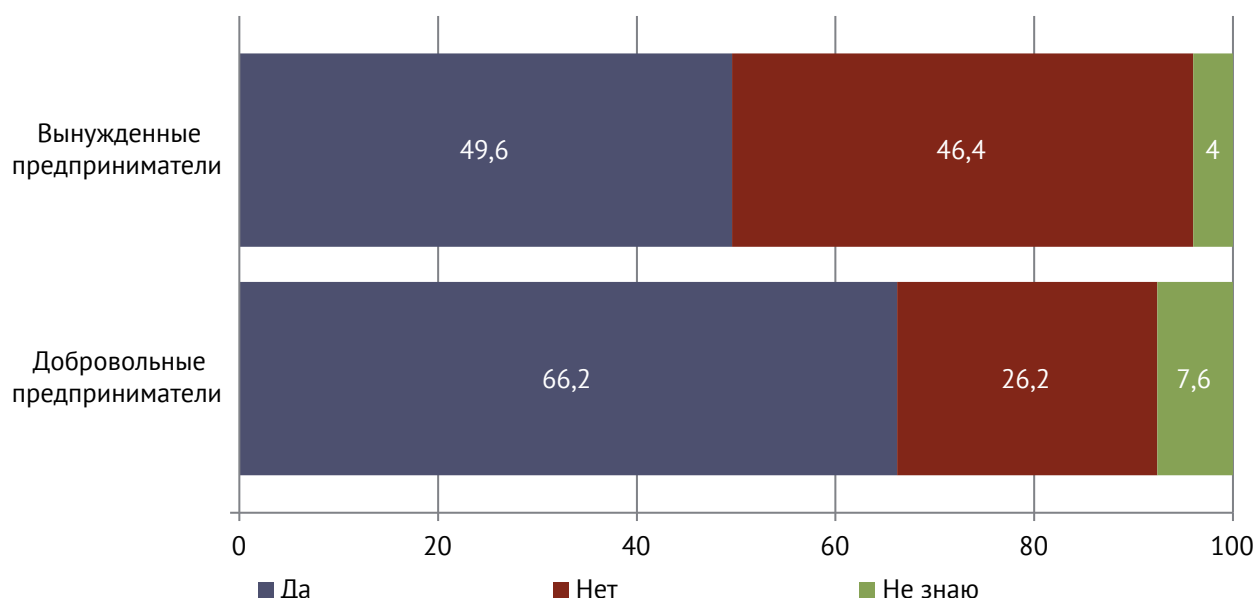


Рис. 43. Оценка карьеры предпринимателя в зависимости от мотивации, 2012
Источник: ES 2012

попыток создания бизнеса. Среди тех, кому пришлось закрыть бизнес в силу того, что не хватило средств на финансовую раскрутку, доля вынужденных предпринимателей выше, чем среди тех, у кого нет негативного опыта выхода из бизнеса. Кроме того, доля мотивированных желанием независимости в работе у предпринимателей, имеющих в прошлом неудачные попытки создания бизнеса, меньше, чем у предпринимателей в целом (25,9% и 33,5%, соответственно).

Среди мотивированных возможностями предпринимателей большинство (66,2%) считают, что карьера предпринимателя является удачным выбором жизненного пути и только четверть, что это не так (рис. 43). Среди тех, кто мотивирован необходимостью, 49,6% отметили, что предпринимательство является удачным выбором карьеры.

Аналогичная картина и при оценке статуса предпринимателя в обществе. Среди тех, кто мотивирован возможностями, 66% считают, что предприниматели имеют высокий статус в обществе против 49% у вынужденных предпринимателей.

При изучении предпринимателей специальный блок вопросов был посвящен причинам неудачных попыток создать бизнес в прошлом. Анализ ответов респондентов показал, что чаще неудачи в открытии фирм были связаны с отсутствием финансовых средств и недостаточным предпринимательским опытом респондентов: отсутствием продуманного плана развития бизнеса, не-

знанием потенциальных покупателей продукции, отсутствием специализированных знаний по управлению предприятием. Среди причин, помешавших выжить на рынке, отмечались отсутствие нужных связей в органах власти и давление со стороны проверяющих и контролирующих органов. Однако эти причины упоминались реже, чем те, которые связаны с отсутствием продуманной бизнес-модели. Доступ к инфраструктуре и проблемы, связанные с поиском помещений, оборудования и персонала, помешали относительно небольшому числу предпринимателей.

Предприниматели чаще непредпринимателей ссужают деньгами, необходимыми в качестве стартового капитала. Если в общероссийской выборке тех, кто предлагал неформальный капитал, было менее 1%, то среди предпринимателей – неформальных инвесторов, вкладывающих собственные средства в бизнес других лиц, независимо от условий, на которых осуществляются эти вложения, несколько больше – 4,8%. В основном предоставляемые суммы не превышали 200 тысяч рублей, и только около 10% неформальных инвесторов предоставляли сумму более 1 млн рублей.

В 2012 г. почти половина средств неформальных инвесторов направлялось на финансирование близких членов семьи (45%). Капитал родственников остается важным источником поддержки стартующего бизнеса. Кроме этого, деньги предоставляются друзьям и коллегам (рис. 44).



Рис. 44. Распределение неформальных инвесторов по типам заемщиков, 2012, %
Источник: ES 2012

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

По результатам исследования в 2012 г. Россия занимает 67 место среди 69 стран-участниц проекта по количеству людей, вовлеченных в создание и управление новыми компаниями. В России 93% населения не только не вовлечены в предпринимательскую деятельность, но и не рассматривают для себя возможность создания бизнеса. Лишь каждый 23-ий россиянин (4,3%) в трудоспособном возрасте является ранним предпринимателем. Предпринимательство по-прежнему играет меньшую роль в экономике не только по сравнению со странами БРИКС, в которых каждый 8-ой вовлечен в раннее предпринимательство, но и по сравнению со странами Восточной Европы, где каждый 11-ый является таковым.

В России не только низкий уровень ранней предпринимательской активности, но и большинству созданных компаний не удается преодолеть начального этапа развития. В 2012 г. индекс активности устоявшихся предпринимателей составил 2,1%. Их доля составила 33% от общего числа предпринимателей. В экономически развитых странах число компаний, работающих более 3,5 лет, превышает количество вновь создаваемых компаний.

Рассчитывать на значительный рост предпринимательского сектора в России в ближайшие годы вряд ли приходится. Об этом свидетельствует тот факт, что только 3,8% россиян планируют открыть собственное дело в ближайшие три года. Этот показатель в странах БРИКС в среднем составляет около 21%, а в странах Восточной Европы — 24%.

Половину имеющих предпринимательские намерения россиян составляют уже действующие предприниматели, планирующие открыть новый бизнес. Новичков среди возможных предпринимателей всего 2%. Более низкого показателя не было зарегистрировано не только в других странах, но в России с 2006 г.

Большинство российских предпринимателей

как и в прошлые годы создают собственный бизнес, используя открывающиеся возможности, а меньшинство в силу того, что не имеют других возможностей получения дохода. В 2012г. в России доля добровольных предпринимателей составила 60%, что на 10% меньше чем на год раньше и соответствует значению, которое наблюдалось во время кризиса. При этом сокращение произошло в первую очередь за счет тех, кто делает первые шаги в бизнесе. Для большинства российских предпринимателей открытие собственного дела хоть и является добровольным шагом, однако мотивированы они в основном не желанием увеличить его или получить независимость, а поддержать уровень своего дохода.

Качество предпринимательства и конкурентоспособность экономики связаны с количеством предпринимателей, нацеленных на рост компании и создание новых рабочих мест. В России в 2012г. лишь каждый 10 ранний и каждый 20 устоявшийся предприниматель стремились к созданию 20 и более рабочих мест. Для сравнения в 2011г. каждый пятый ранний и каждый 4 устоявшийся предприниматель стремились к значительному росту. 20% российских предпринимателей вообще не планируют создание новых рабочих мест, что в 2 раза больше, чем в 2011 г.

Причины непопулярности предпринимательства в России объясняются не только структурой экономики и предложениями рабочих мест крупными компаниями, но и негативной оценкой непредпринимательской частью населения возможностей для предпринимательского старта. Только 13% населения считают условия благоприятными для начала бизнеса. Еще меньше россиян считают себя способными к ведению бизнеса в существующих условиях — лишь 5,5% составляют потенциал российского предпринимательства.

ЛИТЕРАТУРА

Bosma N., Levie J. 2010. Global Entrepreneurship Monitor. 2009 Global Report;

Porter, M. E., Schwab K. 2008. The Global Competitiveness Report 2008-2009. Geneva, Switzerland: World Economic Forum;

Reynolds P., Autio E. 2005. Global Entrepreneurship Monitor: Data collection, design and implementation 1998–2003. Small Business Economics 24 (3): 205–231;

Xavier, S.R., Kelley, D., Kew, J., Herrington, M., Vorderwuelbecke, A. 2013. Global Entrepreneurship Monitor. 2012 Global Report;

Верховская О.Р., Дорохина М.В. 2011. Предпринимательская активность и потенциал предпринимательства в России (по материалам проекта “Глобальный мониторинг предпринимательства”, 2006–2010 гг.) // Вестник С.-Петербург. Ун-та. Серия Менеджмент. Вып. 4: 69–101.

Высшая школа менеджмента

Санкт-Петербургского
государственного университета

Россия 199004 Санкт-Петербург

Волховский пер., 3

www.gsom.spbu.ru